

CEDEP

EVALUACIÓN DE IMPACTO

**PROYECTO: Nº – C -09 -21
“GENERACIÓN DE EMPLEO Y MEJORA DE INGRESOS
CONSOLIDANDO EL PRODUCTO TURÍSTICO HUACAS DE
MOCHE”**

EJECUTOR: PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE

FONDOEMPLEO

**Consultor responsable: Elard Ramirez Solignac
Consultor de apoyo: Emma Zevallos Aguilar**

Lima, Julio 2012

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

- 1.1. Entidad ejecutora
- 1.2. Localización y periodo de ejecución
- 1.3. Población objetivo
- 1.4. Finalidad y propósito
- 1.5. Componentes o Resultados
- 1.6. Breve descripción del Proyecto

2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

3. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

- 3.1. Descripción general
- 3.2. Fases de la metodología
- 3.3. Definición del tamaño de muestra
- 3.5. Consideraciones sobre la información recopilada

4. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- 4.1. Tamaño de muestra
- 4.2. Resultados de las encuestas
 - 4.2.1. Empresarios de establecimientos
 - 4.2.2. Productores artesanales
 - 4.2.3. Empleados de establecimientos
 - 4.2.4. Profesionales y conductores locales
 - 4.2.5. Problemas que los turistas tienen en su visita al Complejo y la Campiña
 - 4.2.6. Información sobre visitas de turistas al Complejo y la Campiña
 - 4.2.7. Valoración de los resultados obtenidos al aplicar lo aprendido en el Proyecto

5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

- 5.1. Valor de los indicadores de impacto
- 5.2. Valor de los indicadores de efecto

6. CUMPLIMIENTO DE PRINCIPALES INDICADORES

7. SOSTENIBILIDAD EN EL LARGO PLAZO

8. CONCLUSIONES

ANEXOS

- 1. Fotografías
- 2. Relación de encuestas
- 3. Formularios de encuestas

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente documento se presentan los resultados del Estudio de Evaluación de Impacto del Proyecto “Generación de empleo y mejora de ingresos, consolidando el producto turístico Huacas de Moche”, es producto del convenio suscrito entre el Patronato Huacas del Valle de Moche en colaboración con la Universidad de Trujillo y la Fundación Backus y, FONDOEMPLEO.

El proyecto plantea conseguir que los beneficiarios sean favorecidos por los resultados positivos que se derivan del incremento del flujo turístico como consecuencia de que las Huacas del Sol y la Luna pasen de ser un “atractivo turístico” a ser un “producto turístico” por acción del proyecto. Los beneficiarios se encuentran ubicados principalmente en la Campiña de Moche (distrito de Moche, provincia de Trujillo, departamento de La Libertad).

Los beneficiarios con los que trabajó el proyecto fueron profesionales de las Huacas de Moche (arqueólogos, conservadores y guías), empresarios de los establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche, trabajadores actuales y potenciales de los establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche, productores artesanales de la Campiña de Moche y pobladores locales con aptitud para la conducción de visitantes en el producto Huacas y Campiña de Moche.

El ingreso promedio mensual obtenido por los empresarios de establecimientos de alimentos al finalizar el proyecto es de S/. 5,540.00, el de los productores artesanales es de S/. 2,994.00 y el de los empleados es de S/. 364.40. En el caso de empresarios y artesanos se ha superado la meta planteada por el proyecto y en el caso de empleados no, pero el avance es aceptable.

En la generación de nuevos empleos se tiene al final del proyecto 226 empleos generados, que significan el 82% de la meta planteada, aunque cabe recordar que el proyecto plantea el cumplimiento total de la meta al siguiente año de finalizado el proyecto, por lo que se puede estimar que la meta será cumplida en su momento.

En términos generales a partir de los resultados de la evaluación de impacto se puede afirmar que el proyecto ha tenido logros importantes y que si en el período de ejecución algunos indicadores no han logrado la meta esperada otros lo han superado. Ello permite prever que el proceso de consolidación del producto turístico Huaca de la Luna iniciado por el proyecto continuará óptimamente.

La sostenibilidad en el largo plazo de los avances logrados en ingresos y empleo es buena, en la medida que la consolidación creciente del “producto turístico” de la Huaca se inserta a su vez en el desarrollo cada vez más creciente de la Ruta Moche y del Circuito turístico del Norte, que está siendo fuertemente promovido por las instancias nacionales y regionales respectivas, cuyos resultados se reflejan en el sostenido crecimiento del flujo turístico. En términos más específicos, el fortalecimiento de capacidades de los empresarios, artesanos, empleados y profesionales y el avance en el mejoramiento de estándares de calidad en el funcionamiento de los negocios promovidos, permiten decir que tienen buenas perspectivas de sostenibilidad.

EVALUACIÓN DE IMPACTO

PROYECTO: “GENERACION DE EMPLEO Y MEJORA DE INGRESOS, CONSOLIDANDO EL PRODUCTO TURÍSTICO HUACAS DE MOCHE”

INTRODUCCIÓN

La presente evaluación tiene por finalidad determinar la situación de la población beneficiaria directa del Proyecto al final del mismo, haciendo énfasis en el impacto sobre los objetivos propuestos, sobre todo en los cambios que pudieran existir en los indicadores que influyan en la calidad de vida de las familias, el nivel de sus ingresos y empleo; que pueda atribuirse a las acciones desarrolladas.

En ese sentido, el estudio analiza la situación de la población objetivo al final del Proyecto, comparándola con los resultados obtenidos en el Estudio de Línea Base, de tal forma que permita realizar una adecuada medición de los impactos del Proyecto. El trabajo se desarrolla en cinco fases secuenciales para medir el nivel de los aspectos evaluados: calidad de vida, ingresos y empleo.

El Proyecto se ejecutó dentro de los supuestos favorables mencionados en el Marco Lógico, como son: existe paz social y no se han producido megafenómenos climatológicos o epidemias de gran magnitud en el norte del Perú; la tendencia de crecimiento del turismo no ha sido afectada gravemente por la crisis mundial. Se trabajó con empresarios y empleados de establecimientos (restaurantes y ramadas), productores artesanales y profesionales (arqueólogos, conservadores y guías), y tuvo como propósito desarrollar y consolidar el producto turístico Campiña de Moche con inclusión de la población local.

El trabajo de campo se desarrolló durante los meses de enero y febrero del 2012, levantando información de los emprendimientos turísticos y gastronómicos en los cuales intervino el Proyecto. Las principales fuentes de información fueron las encuestas a los productores beneficiarios y entrevistas realizadas a diferentes actores del Proyecto y a informantes clave de la zona de intervención. Además, las distintas bases de datos que el Proyecto generó durante su ejecución, informes de la organización ejecutora e informes de monitoreo.

El documento contiene una breve descripción del Proyecto, destacando los objetivos planteados en el Marco Lógico del mismo; la metodología del estudio realizado; la evaluación de la información recopilada para determinar el valor de los resultados obtenidos, el análisis o interpretación de dichos resultados, la evaluación de los logros, la sostenibilidad en el largo plazo y la incidencia de la inversión realizada en el Proyecto FONDOEMPLEO.

Para la realización del presente trabajo se contó con la amplia colaboración del equipo técnico ejecutor del Proyecto, Patronato Huacas del Valle de Moche, por lo cual el CEDEP expresa su reconocimiento y agradecimiento.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 Entidad Ejecutora

El proyecto es ejecutado por el Patronato Huacas del Valle de Moche

1.2 Localización y período de ejecución

El proyecto está localizado en el Distrito de Moche, Provincia de Trujillo, Departamento de La Libertad.

El período de ejecución fue de 24 meses y comprendió desde el 01 de marzo del 2010 hasta el 29 de Febrero del 2012

1.3 Población objetivo

El proyecto beneficiaría a 470 personas, distribuidos de la siguiente manera:

- 50 actores profesionales de las Huacas de Moche (arqueólogos, conservadores y guías).
- 70 pobladores locales con aptitud para la conducción de visitantes en el producto Huacas y Campiña de Moche.
- 40 empresarios de los establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche.
- 200 trabajadores actuales y potenciales de los establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche.
- 110 productores artesanales de la Campiña de Moche.

1.4 Finalidad y Propósito del proyecto

La finalidad del proyecto es incrementar el empleo neto y mejorar el ingreso de los trabajadores de la Campiña de Moche.

El propósito del proyecto es desarrollar y consolidar el producto turístico Campiña de Moche con inclusión de la población local, aumentando el ingreso turístico en la Campiña de Moche.

1.5 Componentes o Resultados

El proyecto tiene cinco componentes:

- a. Acondicionamiento turístico de las Huacas del Sol y la Luna.
- b. Desarrollo del servicio de interpretación local en el Museo de las Huacas de Moche y de la Campiña de Moche.
- c. Desarrollo del servicio gastronómico en la Campiña de Moche
- d. Consolidación del posicionamiento artesanal de la Campiña de Moche
- e. Promoción del producto turístico Huacas y Campiña de Moche

1.6 Breve descripción del proyecto

El proyecto tiene como propósito desarrollar y consolidar el producto turístico Campiña de Moche con inclusión de la población local, aumentando el ingreso turístico determinado por el incremento del flujo turístico, el incremento de

permanencia de los turistas en la Campiña y el aumento de su gasto; con la consecuente generación de nuevos empleos permanentes y sostenibles.

La composición del producto turístico planificado por el proyecto incluye la visita a las Huacas del Sol y de la Luna, la visita al Museo de Sitio de las Huacas del Sol y de la Luna, la visita al itinerario artesanal de la Campiña de Moche y el consumo de la oferta gastronómica de la Campiña de Moche.

El proyecto plantea conseguir que los beneficiarios sean favorecidos por los resultados positivos que se derivan del incremento del flujo turístico como consecuencia de que las Huacas del Sol y la Luna pasen de ser un “atractivo turístico” a ser un “producto turístico”¹ por acción del proyecto. Los beneficiarios se encuentran ubicados principalmente en la Campiña de Moche (distrito de Moche, provincia de Trujillo, departamento de La Libertad).

Se busca atender a cinco tipos de beneficiarios: profesionales vinculados a las Huacas de Moche (arqueólogos, conservadores y guías), que prestan sus servicios en el Complejo Arqueológico; pobladores locales con aptitud para ser conductores de visitantes en el producto Huacas y Campiña de Moche; empresarios de establecimientos de alimentos y bebidas (propietarios de restaurantes o ramadas), que desarrollan su actividad económica en la Campiña de Moche; trabajadores actuales y potenciales de los establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche; productores artesanales de la Campiña de Moche.

Los ejes de acción y sus componentes propuestos están concatenados para alcanzar el fin y propósito del Proyecto. El principal eje de acción es el desarrollo de capacidades, mediante el acompañamiento en formación, asesorías, asistencia técnica y otros servicios.

Los indicadores considerados en la matriz del Marco Lógico del Proyecto se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 1:

Indicadores considerados en la matriz del Marco Lógico del Proyecto

Objetivos	Indicadores verificables objetivamente
<p>Finalidad Incrementar el empleo neto y mejorar el ingreso de los trabajadores de la Campiña de Moche.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 32,400 nuevos jornales anuales sostenibles (equivalentes a 120 empleos permanentes) en la Campiña de Moche, en labores de conducción turística local, en restaurantes y ramadas y en unidades artesanales un año después de concluir el proyecto. • 120 personas incrementan sus ingresos en 128% (de S/. 307.4 a S/. 700 mensuales). • 40 empresarios de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche incrementan sus ingresos mensuales en un 20% (de S/.5,000 a S/. 6,000).

¹ Definido como un conjunto de atractivos, servicios, facilidades y accesos que provocan una decisión de viaje y satisfacción con experiencia de la visita.

<p>Propósito Desarrollar y consolidar el producto turístico Huacas y Campiña de Moche con inclusión de la población local</p> <p>Componentes 1. Acondicionamiento turístico de las Huacas del Sol y la Luna.</p> <p>2. Desarrollo del servicio de interpretación local en el Museo de las Huacas de Moche y de la Campiña de Moche.</p> <p>3. Desarrollo del servicio gastronómico en la Campiña de Moche</p> <p>4. Consolidación del posicionamiento artesanal de la Campiña de Moche</p> <p>5. Promoción del producto turístico Huacas y Campiña de Moche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 100 artesanos de la Campiña de Moche y otros escenarios asociados aumentan sus ingresos mensuales en 12.5% (de S/.1,000 a S/. 1,125). • 485 personas que reciben servicios de capacitación por el proyecto. • 280 personas competentes en actividades turísticas y gastronómicas en la Campiña de Moche. <ul style="list-style-type: none"> • Incremento del flujo turístico en el 10% anual • Incremento de la permanencia de los turistas en la Campiña de Moche de 0.1 a 0.2 días (100%) • Aumento de su gasto promedio de US\$ 8 a US\$ 20 (150%) para los turistas extranjeros y de S/. 15 a S/. 30 (100%) para los turistas nacionales <ul style="list-style-type: none"> • El recorrido del circuito turístico de la Huacas de Moche se ha ampliado en 20 minutos, con 02 nuevos murales en uso público, con adecuada señalización, senderización e interpretación y es conducido por personal competente con límites de carga debidamente establecidos al terminar el proyecto. • La presentación museográfica, la señalización y las rutas de desplazamiento turístico están plenamente implementadas y en operación bajo la conducción de personal competente. • 40 establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche cuentan y operan con base en estándares al terminar el proyecto. • 40 establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche cuentan con planes de negocios al terminar el proyecto. • No menos de cinco establecimientos de alimentos y bebidas ostentan el Sello de Calidad Muchick. • 80 trabajadores han desarrollado competencias en cocina o servicio de comedor y las aplican en establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche. • Los artesanos de la Campiña de Moche y otros escenarios asociados colocan la oferta exportable anual por US\$ 20,000 y no menos de 10 de ellos ostentan el Sello de Calidad Moche al terminar el proyecto. <p>30 operadores turísticos nacionales y 15 internacionales venden el producto Huacas de Moche, incluyendo su itinerario artesanal y su oferta gastronómica.</p>
---	--

Fuente: Proyecto presentado por el Patronato Huacas del Valle de Moche

2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El presente estudio tiene por finalidad determinar la situación de la población beneficiaria del proyecto al final del mismo, haciendo énfasis en el impacto sobre los objetivos propuestos, sobre todo en los cambios que pudieran existir en las variables calidad de vida, nivel de ingresos y nivel de empleo que puedan atribuirse a las acciones desarrolladas por el Proyecto, el logro alcanzado de los principales indicadores del Fin y el Propósito del Proyecto y una apreciación sobre su sostenibilidad en el largo plazo. Para ello, se usó como base de comparación los resultados obtenidos en el Estudio de Línea de Base.

3. METODOLOGIA DEL ESTUDIO

La descripción general de la metodología utilizada, así como sus fases o etapas de desarrollo, se presentan a continuación.

3.1. Descripción general

El presente estudio ha sido realizado considerando las características de cada tipo de beneficiario, pues a diferencia de otros proyectos éste ha dirigido sus actividades a actores diversos y con actividades distintas.

a. Enfoque del estudio

El estudio combina la metodología cuantitativa y cualitativa en sus distintas fases: cuantitativa en la recopilación, procesamiento y análisis de indicadores numéricos y, cualitativa para captar la percepción de los principales indicadores no susceptibles de medición a través entrevistas.

b. Nivel de participación de los actores

La metodología aplicada es semi participativa, ya que combina el trabajo del equipo de Evaluación de Impacto del CEDEP, con la participación en el estudio de los diversos actores comprometidos en la ejecución del Proyecto.

Se coordinó con el personal responsable de la ejecución del Proyecto el enfoque y los indicadores a considerar para el estudio, el contenido de las encuestas y los procedimientos para su aplicación; y se realizaron entrevistas para llegar a consensos en las distintas etapas del estudio. Participaron en las visitas de campo realizadas para tener una mirada global del Proyecto.

c. Nivel de la investigación

El estudio desarrollado es del tipo descriptivo-correlacional. Descriptivo porque señala los rasgos y características más importantes de la realidad de los campos de observación, y correlacional porque compara esas características según distintas variables.

d. Modelo de investigación

El modelo es no experimental: usa la evaluación de indicadores por objetivo.

e. Tipo de muestreo

Se ha usado el muestreo aleatorio para encuestar a beneficiarios representativos de cada tipo de actor que participa en el Proyecto, y con perfiles correspondientes a la media de su población, descartando los casos atípicos o extremos que pudieran existir.

3.2. Fases de la metodología

La estrategia metodológica usada consideró las siguientes fases o etapas de trabajo:

a. Primera Fase

En esta fase se determinó el esquema general del diseño de la Evaluación, definiendo el eje desde el punto de vista de los objetivos que se desprenden del fin y propósito planteados en el Proyecto. La construcción de la Evaluación de Impacto refleja los indicadores planteados en estos niveles del Proyecto.

Comprendió la revisión de los documentos institucionales que definen la orientación y especifican los diferentes niveles de objetivos y las metas planteadas con la ejecución de los diferentes componentes, en especial del Marco Lógico. Se revisaron también documentos institucionales que informan sobre la marcha del Proyecto y sus resultados, tales como Informes del Proyecto y de Monitoreo Externo.

Asimismo se realizaron entrevistas con cada uno de los actores directos comprendidos en el Proyecto (integrantes del equipo ejecutor del proyecto, personas que diseñaron el proyecto y beneficiarios) para tener una visión más clara del proyecto en su conjunto.

Se revisaron los indicadores considerados para las variables identificadas para el estudio de Línea de Base, de modo tal que representen una forma de medición adecuada para la evaluación del impacto de los objetivos y los resultados propuestos en el Marco Lógico del Proyecto y se encuentren directamente relacionados con ellos.

Las variables identificadas para la Evaluación de Impacto, que se presentan en el Cuadro N° 2, constituyen el insumo para la segunda fase.

Cuadro N° 2
Objetivos y Variables a evaluar según objetivos del Proyecto

Objetivos	Variables
Incrementar los ingresos	Nivel de ingresos
Generar mayor empleo	Nivel de empleo
Aumentar el ingreso turístico	Nivel de ingreso turístico

Fuente: Elaboración propia

b. Segunda Fase

En esta fase, se revisaron los indicadores con los que se trabajó el estudio de Línea de Base y que permiten la estimación de la calificación de las variables de la evaluación. El cálculo de estos indicadores se realiza con los datos capturados en la encuesta aplicada.

En el Cuadro N° 3 se presentan los indicadores seleccionados por cada variable, su definición, la unidad de medida y el instrumento de captura de la información básica. Cabe mencionar que estos indicadores no son todos iguales a los que se presentan en el Marco Lógico del Proyecto; no obstante,

En esta etapa se determinó también el tamaño de la muestra a las que se aplicaría las encuestas para los beneficiarios del Proyecto. Asimismo se desarrolló los instrumentos requeridos para el registro y reporte de la información para el estudio.

Requirió combinar el trabajo de gabinete de los especialistas del equipo de Evaluación de Impacto del CEDEP con el equipo a cargo del proyecto, para socializar la información y efectuar los ajustes necesarios, en la medida en que la definición y cálculos sobre los indicadores y variable respondan a los marcos conceptuales del proyecto.

**Cuadro N° 3:
Indicadores de evaluación**

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Definición de indicadores	Unid. de medida	Instrumento de captura
Incrementar los ingresos	Nivel de ingreso	Ingreso por actividad promovida	Ventas mensuales	S/.	Encuesta
		Nivel de activos que posee	Variedad de activos que posee	Índice	Encuesta
Generar mayor empleo	Nivel de empleo	Empleo por actividad promovida	Empleos generados en actividad promovida	Nº	Encuesta
Aumentar el ingreso turístico	Nivel de ingreso turístico	Flujo turístico	Visitas de turistas a la campaña de moche según estadísticas anual de ingresos a Huaca de la Luna	Nº	Encuesta
		Permanencia de turistas en la Campaña de Moche	Promedio de horas de permanencia de los turistas en la Campaña de Moche	Índice	Encuesta
		Gasto de turistas en la Campaña de Moche	Promedio de soles ó dólares gastados por cada turista en la Campaña de Moche.	Índice	Encuesta

Fuente: Elaboración propia

c. Tercera Fase

La tercera fase corresponde al trabajo de campo intensivo en el cual se acopió la información a procesar en la siguiente fase.

Comprendió la preparación de los instrumentos, la organización del trabajo de campo, su ejecución y la revisión de consistencia de la información recopilada en las encuestas.

d. Cuarta Fase

Corresponde al procesamiento, sistematización y análisis de la información generada.

Comprendió un trabajo intensivo de gabinete en el que se evaluó la calidad de información generada para cada grupo por cada indicador seleccionado, y el procesamiento de la misma.

En esta fase se realizó el análisis estadístico correspondiente para los beneficiarios encuestados, y se obtuvieron los valores de los indicadores al término del Proyecto.

Los valores obtenidos al final del Proyecto son analizados con respecto a sus similares encontrados en el estudio de Línea de Base, para determinar el nivel de impacto del proyecto en cada una de las variables evaluadas.

e. Quinta Fase

Corresponde a la elaboración del informe de los resultados de Evaluación de Impacto del Proyecto.

Implica la evaluación e interpretación de la información procesada. Comprende un trabajo de gabinete centrado en la redacción del informe del estudio en su conjunto, realizado por los especialistas del equipo de Evaluación de Impacto del CEDEP con intercambio de información con el equipo del proyecto, para que haya consenso sobre la información hallada y el correspondiente informe del estudio.

3.3. Definición del tamaño de muestra

La fórmula utilizada para determinar el tamaño de muestra adecuado para estimar una media poblacional en poblaciones infinitas es²:

$$(1) \quad n = \frac{z^2 \sigma^2}{E^2}$$

Donde:

E = error muestral máximo permisible

z = valor correspondiente a un determinado coeficiente de confianza. Si el coeficiente de confianza es de 95%, Z = 1.96; y si es 90 %, Z = 1.645

σ = desviación estándar de la población, real o estimada

² Bonilla, Gildaberto. Métodos prácticos de Inferencia Estadística. Editorial Trillas, 1991

Esta fórmula se modifica si se conoce el tamaño de la población, y se transforma en:

$$(2) \quad n = \frac{z^2 \sigma^2 N}{(N-1)E^2 + z^2 \sigma^2}$$

La fórmula utilizada para la determinación del tamaño de muestra para estimar una proporción poblacional en poblaciones infinitas es:

$$(3) \quad n = \frac{z^2 PQ}{E^2}$$

Donde:

P = proporción poblacional de la ocurrencia de un suceso determinado.

Q = proporción poblacional de la no ocurrencias de un suceso determinado. Puede ser estimado de experiencias pasadas, sin embargo es más práctico asumir que P = 0.50, con lo que Q = 0.50, PQ alcanza el valor máximo y por lo tanto, asegura el máximo tamaño de muestra.

E = error muestral especificado en forma de proporción.

En el caso de poblaciones finitas, esta fórmula se convierte en:

$$(4) \quad n = \frac{Z^2 PQN}{(N-1)E^2 + Z^2 PQ}$$

Esta es la fórmula utilizada para determinar el nivel de muestreo en el estudio de Evaluación de Impacto.

3.4. Matrices utilizadas

a. Matriz para determinar el valor de indicador medido como índice

El indicador medido como índice es: "Nivel de activos que posee". En tanto presenta distintos componentes que hace difícil su valorización directa, se desarrolló la matriz que se presenta en el Cuadro N° 4, con un puntaje de ponderación que varía de 0 a 5 y que se interpreta de la siguiente manera:

- 0 = no cuenta con nada
- 1 = nivel muy bajo
- 2 = nivel bajo
- 3 = nivel medio
- 4 = nivel bueno
- 5 = nivel muy bueno

Cuadro N° 4
Matriz de ponderación para obtener índice de indicador

Concepto	Unidad medida	Puntaje para la ponderación				
		5	4	3	2	1
Nivel de activos que posee (miles S/.)	%	100 ó +	50 < 100	20 < 50	10 < 20	< 10

Fuente: Elaboración propia

b. Matriz para determinar puntaje de las variables evaluadas

Como las variables materia del estudio están formadas por diferentes indicadores que presentan valores que fluctúan entre ciertos rangos y no permiten obtener una valorización directa de cada variable, fue necesario desarrollar una matriz por rangos de acuerdo a su significancia relativa. Estos puntajes se interpretan, dentro del nivel de los productores, de la siguiente manera:

- 0 = valor negativo
- 1 = nivel muy bajo
- 2 = nivel bajo
- 3 = nivel medio
- 4 = nivel bueno
- 5 = nivel muy bueno

En el Cuadro N° 5 se presenta la matriz con los puntajes de ponderación asignados a cada rango del indicador a estimar.

Cuadro N° 5
Matriz para determinar el puntaje asignado a cada indicador

Variables	Indicador	Unidad medida	Puntaje para la ponderación				
			5	4	3	2	1
Nivel de ingreso	Ingreso por actividad promovida	Miles S/.	50 ó más	20<50	10<20	5<10	<5
	Nivel de activos que posee	Índice	4.0 ó más	3.0<4.0	2.0<3.0	1.0<2.0	<1
Nivel de empleo	Empleo por actividad promovida	Nº	3.4 ó más	2.4<3.4	1.2<2.4	0.6<1.2	<0.6
Nivel de ingreso turístico	Flujo turístico(*)	% incremento	20% ó +	16%<20%	12%<16%	6%<12%	<6%
	Permanencia de turistas en Campiña	Horas	4.8 ó más	3.6<4.8	2.4<3.6	1.2<2.4	<1.2
	Disposición al gasto para itinerario artesanal y almuerzo.	% de personas dispuestas a gastar de 31 a más	Más de 75%	De 51% a 75%	De 26% a 50%	Menos de 25%	Nada

(*) Incremento entre el 2009 y el 2011

Fuente: Elaboración propia

c. Calificación asignada a las variables de evaluación

Finalmente, el valor estimado para cada variable de evaluación queda calificado en un determinado nivel, de acuerdo al rango en que se encuentra según los valores que se presentan en el Cuadro N° 6.

Cuadro N° 6
Calificación de las variables evaluadas

Nivel de calificación	Rango de puntos
Muy bueno	>4.0
Bueno	>3.0 a 4.0
Aceptable	>2.0 a 3.0
Bajo	>1.0 a 2.0
Muy bajo	Hasta 1.0

Fuente: Elaboración propia

3.5. Consideraciones sobre la información recopilada

Fondoempleo encargó la realización del presente estudio prácticamente cuando el Proyecto estaba culminando, por lo que durante el trabajo de campo para el recojo de la información se ha insistido mucho en que los datos recopilados para la Línea de Base estén referidos al momento anterior al inicio del Proyecto. Para el caso de la Evaluación de Impacto sí se refiere a información actual.

La Evaluación de Impacto del Proyecto consideró la aplicación de encuestas a los mismos actores beneficiarios que fueron encuestados para la Línea de Base, ya que el objetivo es contar con datos de la situación post proyecto y compararlo con la situación previa al proyecto, analizando sus variaciones, el impacto que pudieran tener y la sostenibilidad en el largo plazo.

La evaluación es básicamente de tipo estimativa, donde la opinión de los entrevistados adquiere categoría de verdad para determinar los cambios. Las respuestas fueron contrastadas con la observación, las entrevistas a beneficiarios y personal del Proyecto y la visión de conjunto del equipo investigador. La veracidad de las encuestas es un factor poco manejable por el equipo, pues no existe mecanismo que permita verificarla; desde el punto de vista metodológico, se esperaría que los errores se compensen entre sí, sin afectar las medias.

4. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

4.1. Tamaño de muestra

El Proyecto planteó tener 470 beneficiarios, los cuales se distribuyen de la siguiente manera.

- **50 son profesionales** vinculados a las Huacas de Moche (arqueólogos, conservadores y guías), estos profesionales prestan sus servicios en el Complejo Arqueológico y han sido capacitados en arqueología, conservación, interpretación, patrimonio y también en atención al cliente. En el caso de arqueólogos y conservadores la idea era que no solamente manejaran conocimientos técnicos sino también conocimientos sobre turismo y en el caso de los guías se enfatizó además de conocimientos técnicos el de atención al cliente.
- **70 pobladores locales** con aptitud para ser conductores de visitantes en el producto Huacas y Campiña de Moche. El proyecto planteó capacitar a pobladores locales para que cumplieran la función de conductores locales de los turistas que visitan la Campiña de Moche y el Complejo Arqueológico. Los conductores brindan información sobre las Huacas y la Campiña y pueden acompañar a los turistas en la Campiña pero no pueden guiar dentro de la Huaca. Cabe mencionar que hubo una reducción de la meta de conductores con aprobación de Fondoempleo, considerando que no hubo la respuesta esperada de los pobladores a las convocatorias realizadas por el Proyecto, en tanto la población tenía la expectativa de conseguir empleo si participaba en las actividades del mismo, y cuando se les explicó que no era así su interés se desvaneció.
- **40 empresarios de establecimientos de alimentos y bebidas**, quienes son propietarios de restaurantes o ramadas y desarrollan su actividad económica en la Campiña de Moche. El proyecto les ha brindado capacitación y asesoría para aplicar estándares de calidad y mejorar sus servicios.
- **200 trabajadores actuales y potenciales** de los establecimientos de alimentos y bebidas de la Campiña de Moche. El proyecto planteó actividades de capacitación con trabajadores actuales para mejorar su desempeño y contribuir a mejorar el servicio de los establecimientos donde laboran y con pobladores de la Campiña, considerados trabajadores potenciales, interesados en capacitarse para integrarse como trabajadores en algún establecimiento de la zona.
- **110 productores artesanales** de la Campiña de Moche, con los cuales el proyecto ha realizado actividades de capacitación y asesoría tanto para la producción como para la comercialización y ha apoyado su participación en ferias para la comercialización de sus productos. Asimismo, se ha trabajado con ellos la aplicación de estándares de calidad.

Para elaborar la muestra se ha considerado que las actividades del proyecto son fundamentalmente de capacitación. La población total que asistió a 1 ó más capacitaciones fue de 613 y los que asistieron al 30 % ó más de ellas son 219. Para efectos del estudio se considera como población real.

Según fórmula estadística la muestra para población total es 83 y para la considerada como real 67.

Se muestreó 92: 14,6 % de la población total
 42,0 % de la población real
 10,8 % más de lo que indica la fórmula para población total
 37,3 % más de lo que indica la fórmula para población real

Cabe mencionar que en el caso de trabajadores se levantaron 23 encuestas pero se descartó 3 por estar incompletas.

Cuadro N° 7
Beneficiarios y encuestas según tipo

Tipo de Beneficiario	Asistentes a alguna capacitación			Asistentes al 30% o más de capacitaciones			Encuestados (1)		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Artesanos	50	79	129	13	18	31	12	16	28
Empresarios de restaurantes	15	20	35	12	14	26	9	9	18
Trabajadores de restaurantes	66	147	213	17	60	77	3	17	23
Profesionales	68	85	153	25	40	65	1	17	18
Arqueólogos	8	7	15	5	3	8		3	3
Conservadores	15	11	26	8	4	12		5	5
Guías (2)	45	67	112	12	33	45	1	9	10
Conductores locales	40	46	86	9	11	20	1	4	5
TOTAL	239	377	616	76	143	219	26	63	92

(1) Para las encuestas se tomaron como población real a los que asistieron al 30% ó más de las capacitaciones

(2) Corresponde a una población "golondrina" ya que se trataba de personas que eran estudiantes y/o externos al proyecto

Fuente: Elaboración propia

Es necesario comentar que en la propuesta presentada a Fondoempleo se planteó la posibilidad de trabajar con un "Grupo Control" o testigos, pero en la práctica esto no fue posible debido a la dificultad de encontrar personas con el mismo perfil de los beneficiarios que proporcionarían información, sin ser beneficiarios del Proyecto.

4.2. Resultados de las encuestas

En los cuadros del N° 8 al N° 20 se presentan las características más saltantes de los beneficiarios al final del proyecto, comparándolas con sus similares obtenidas en el estudio de Línea de Base.

A continuación desarrollamos los resultados actor por actor.

4.2.1. Empresarios de establecimientos (restaurantes y ramadas)

a) Características generales

En el Cuadro N° 8 se presentan las características generales de los empresarios beneficiarios del proyecto.

- La mayoría de los entrevistados hombres (55.6%) está por encima de los 30 años, mientras que en el caso de las mujeres la mayoría (66.7%) está por encima de los 50 años. Entre las y los empresarios entrevistados predominan los casados, pues los que corresponden a esta categoría representan el 72.2% del total.
- En cuanto al grado de instrucción, el 50% tiene algún nivel de educación secundaria, mientras que el 33.3% alcanzó a tener educación superior. Los hombres han alcanzado un mayor grado de instrucción, en tanto la mayoría de mujeres entrevistadas tiene sólo educación primaria.
- Los hogares de los empresarios entrevistados tienen en promedio 4.1 miembros; este promedio es similar al promedio que se tiene para el nivel nacional que es de 4 miembros por hogar. Solamente el 33.3% de hogares de los empresarios entrevistados tiene hijos menores de 12 años y el 22.3% tiene algún miembro que ha migrado (16.7% por trabajo y 5.6% por estudio).
- En cuanto a los ingresos familiares de los hogares de los empresarios entrevistados, además del empresario o empresaria, solamente el 50% de los hogares tiene otro miembro que aporta al ingreso familiar.
- El gasto promedio mensual sí ha sufrido variación significativa entre el inicio y el fin del proyecto, pasando de de S/. 982 nuevos soles mensuales, a S/.1,451.10 nuevos soles mensuales en promedio.

Ello representa un incremento de S/.469.1. nuevos soles, que en términos porcentuales es un incremento del orden del 47.8%.

- Respecto a la evolución del gasto mensual el comportamiento es el siguiente: el mayor gasto es en alimentos, en la línea de base fue de 44.7 % y al finalizar el proyecto es de 39.1%; sigue el rubro de servicios (23.0% en la línea de base y 27.4% al finalizar el proyecto). El gasto de vestido pasó de 14.5 % en la línea

de base a 10.9% al finalizar el proyecto, el de movilidad pasó de 14.3 % al inicio de la línea de base a 15.3% al finalizar el proyecto, el de combustible para cocina de 3.5% en la línea de base a 3.2% al finalizar el proyecto. En la evaluación de impacto se encuentra que también hay un gasto en alquiler que no aparecía en la línea de base y éste es de 4.1%.

Cuadro N° 8
Características de los Empresarios y sus Hogares

	%	Promedio	Soles
1) Características del Entrevistado			
Edad			
Hombre mayor a 30 años	55.6		
Mujer mayor a 50 años	66.7		
Sexo			
Hombre	50.0		
Mujer	50.0		
Estado Civil			
Casado/a	72.2		
Soltero/a	16.7		
Conviviente	11.1		
Viudo	0		
Nivel de Instrucción			
Primaria			
- Hombres	33.3		
- Mujeres	66.7		
Secundaria			
- Hombres	44.4		
- Mujeres	55.6		
Superior			
- Hombres	66.7		
- Mujeres	33.3		
2) Características del Hogar			
Personas que lo conforman		4.1	
Hijos menores de 12 años	33.3		
Hogares que presentan migración por estudio	5.6		
Hogares que presentan migración por trabajo	16.7		
Hogares en los que sólo aporta el empresario	50.0		
Hogares en los que aporta el empresario y otro miembro	50.0		
3) Gasto Mensual Promedio * (Nuevos soles)			
Inicio del Proyecto			982.00
Final del Proyecto			1,451.10
Diferencia			469.10

*Incluye autoconsumo

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta Evaluación de Impacto

b) Características de la vivienda y servicios del hogar

Las referencias más significativas respecto al nivel socioeconómico de las familias de los empresarios entrevistados se presentan en el cuadro N° 9 y se señalan a continuación:

- Como apreciación general se puede decir que si bien la mayoría de las viviendas de los empresarios al inicio del proyecto correspondía a un tipo de asentamiento ya consolidado cuyas características dan cuenta de inversión acumulada: paredes de material noble (50%), techo de concreto (38.9%) y piso de cemento (72.2%), al final del proyecto no sólo se ha reafirmado el tipo de asentamiento, sino que hay mejoras significativas que se expresan, entre otros, en porcentajes más altos en determinado tipo de materiales: 61,1% de material noble en las paredes (11,1% más que al inicio del proyecto), 44,4% en techos de concreto (5,5% más que al inicio del proyecto), y 16,7% de pisos de mayólica o cerámica (5,6% más que al inicio del proyecto).
- Respecto a la organización interna de la vivienda se tiene también una mejora importante, pues el porcentaje de las viviendas con más de 5 habitaciones (“6 a más”), se ha incrementado de 27.8% al inicio del proyecto, a 44.4% al final del mismo, lo que representa un incremento del 16.6%. El incremento en el número de habitaciones representa también un incremento en las posibilidades varias de uso de los ambientes.
- En cuanto a los servicios, el 100% de las viviendas de los empresarios considerados en el estudio cuenta con luz eléctrica; esta cobertura plena estaba ya al inicio del proyecto y se ha mantenido hasta el final del mismo. El porcentaje de viviendas con baño se ha incrementado de 72.2% al inicio del proyecto a 83.3% al final del mismo (11.1% de incremento). Asimismo, el porcentaje de las viviendas con conexión de agua potable se ha incrementado de 50% a 88.9%, lo que representa un incremento del 38.9%; ya no hay viviendas que utilizaban agua de pozo.
- Respecto al combustible utilizado para cocinar hay también una mejora significativa, pues el porcentaje de viviendas que utilizan gas se ha duplicado, pasando de 33.3% al inicio del proyecto a 66.7% al final del mismo, y ya no hay viviendas que cocinen con leña o con kerosene.
- Si bien ya al inicio del proyecto la posesión de artefactos en los hogares de los empresarios era ya significativa: un 83.2% con 5 a más artefactos, al final del proyecto ha mejorado siendo ahora un 94.4% los hogares con 5 a más artefactos (11.2% de incremento).
- En cuanto a servicios de comunicación, la mejora se ha dado en todos los rubros; ahora en el 94.4% de las viviendas tienen teléfono celular (22.2% de incremento), el 72.2% tiene teléfono fijo (11.1% de incremento), el 38.9% tiene

internet (33.3% de incremento) y el 16.7% ya cuenta con cable (11.1% de incremento).

- El incremento en el rubro internet es especialmente importante, no sólo por el porcentaje alcanzado, sino también por la amplitud de oportunidades que vienen a ello aparejadas.

Cuadro Nº 9
Características de la Vivienda de los empresarios

	Inicio del Proyecto	Final del Proyecto	Diferencia
	(%)	(%)	
Material pared			
Noble	50.0	61.1	11.1
Ladrillo crudo	22.2	22.2	0.0
Adobe	27.8	16.7	-11.1
Material techo			
Estera	5.6		-5.6
Eternit	16.7	16.7	0.0
Calamina	11.1	11.1	0.0
Concreto	38.9	44.4	5.5
Caña	22.2	22.2	0.0
Eternit y estera	5.6	5.6	0.0
Materia piso			
Tierra	11.1	11.1	0.0
Cemento	72.2	66.7	-5.5
Mayólica/cerámica	11.1	16.7	5.6
Cemento y tierra	5.6	5.6	0.0
Nº Habitaciones			
1-3 habitaciones	22.2	16.7	-5.5
4-5 habitaciones	38.9	27.8	-11.1
6 a más habitaciones	27.8	44.4	16.6
N.E.	11.1	11.1	0.0
Alumbrado			
·Electricidad	100.0	100.0	0.0
Baño			
Sin baño			0.0
Letrina	27.8	16.7	-11.1
Baño en vivienda	72.2	83.3	11.1
Combustible para cocinar			
Leña	22.2		-22.2
Gas	33.3	66.7	33.4
Kerosene	5.6		-5.6
Leña y gas	38.9	33.3	-5.6
Agua para vivienda			
Pozo	38.9		-38.9

Domicilio potable	50.0	88.9	38.9
Reservorio	11.1	11.1	0.0
Tenencia de Artefactos y Servicios			
2 artefactos	5.6	0.0	-5.6
3 artefactos	5.6	5.6	0.0
4 artefactos	5.6	0.0	-5.6
5 a más artefactos	83.2	94.4	11.2
Servicios de Comunicación			
Tiene celular	72.2	94.4	22.2
Tiene Teléfono fijo	61.1	72.2	11.1
Tiene internet	5.6	38.9	33.3
Tiene cable	5.6	16.7	11.1

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta Evaluación de Impacto

c) Características generales del negocio

En el cuadro N° 10 se presentan las principales características de los negocios, cuyos rasgos más saltantes se describen a continuación:

- La mayoría de empresarios siguen siendo propietarios del local donde funciona su restaurante o ramada, habiéndose incrementado el porcentaje que pasó de 66.6% al inicio del proyecto al 72.2% al final del proyecto (5.6% de incremento); el porcentaje de negocios que funcionan en locales de familiares ha disminuido en 11.1% familiares (de 16.6% al inicio del proyecto a 5.6% al final del mismo), y el de negocios que funcionan en local alquilado ha aumentado a la inversa, en un porcentaje similar: 11%.
- Respecto al estado legal de los negocios, es notable el incremento de los establecimientos formalizados: de 27.8% al inicio del proyecto a 83.3% al finalizar el mismo, lo que representa un incremento del 55.5%. Asimismo, el porcentaje de negocios que otorgan boletas se ha incrementado significativamente de 16.7% a inicios del Proyecto, a 77.8% al finalizar el mismo, lo que representa un incremento del 61.1%. A la inversa, el porcentaje de quienes no tienen registro contable alguno ha disminuido de 66.6% a 16.7%. El porcentaje de los negocios que cuentan con contador se ha duplicado, pasando de 11.1% al inicio del proyecto a 22.2% al final del mismo.

La promoción de la formalización de los negocios es un avance importante, en la medida que posibilita consolidar los servicios en la Campaña de Moche y favorece el cumplimiento de los estándares que el proyecto ha impulsado.

- Respecto a los días en que los establecimientos atienden (dato importante porque el proyecto se planteó promover que los establecimientos incrementen el número de días de atención), se tiene que el porcentaje de los negocios que atienden todos los días se ha mantenido sin variación significativa y sigue siendo minoritario; se mantiene también sin variación significativa y como mayoritario el porcentaje de negocios que sólo abren los domingos. Ha

aumentado el porcentaje de negocios que ahora abren sábados y domingos, y ha disminuido en igual proporción el de los que abren domingo y otro día más. Con ello la atención en los fines de semana (sábado y domingo), que son los no laborables para sectores importantes de población, se ha ampliado. Sin embargo, se debe considerar que los turistas nacionales y/o extranjeros pueden acudir cualquier día de la semana y no encontrarán el servicio de comida, el que los restaurantes y ramadas abran el fin de semana está más vinculado a la presencia de turistas locales.

- Respecto al nivel de “Ventas semanales”, al inicio del proyecto era de S/.969.1 y al final del mismo de S/.1,385.2. El incremento es de S/.416.1, que representa un 42.9% de incremento.
- También se han dado cambios en el mejoramiento de un servicio importante en este tipo de establecimientos como es el de servicios higiénicos para la clientela, al inicio del proyecto el 50% de los establecimientos tenían un solo baño para mujeres y hombres y el 44.40% tenía baños diferenciados, al finalizar el proyecto, los que tienen un solo baño han disminuido al 38.9% y los que tienen baños diferenciados se han incrementado a 61.1%.

Cuadro Nº 10
Características Generales del Negocio

	Inicio del Proyecto (%)	Final del Proyecto (%)	Diferencia
Tipo propiedad			
Propia	66.6	72.2	5.6
De un familiar	16.6	5.6	-11.0
Alquilada	5.6	16.7	11.1
Prestada	5.6	5.6	0.0
N.E.	5.6		-5.6
Tiempo posee el Negocio			
1 a 2 años	33.3	66.6	33.3
3 a 4 años	16.7	16.7	0.0
4 a 5 años	16.7	0.0	16.7
Más de 5 años	22.2	11.1	-11.1
N.E.	11.1	5.6	-5.5
Estado Legal del Negocio			
Formal	27.8	83.3	55.5
Informal	66.6	16.7	-49.9
N.E.	5.6		-5.6
Registro contable			
Boletas	16.7	77.8	61.1
Cuaderno de registro		5.6	5.6
Ninguno	66.6	16.7	-49.9
N.E.	16.7	0	-16.7
Dotación de servicios higiénicos			
Solo un baño para mujeres y hombres	50.0%	38.9%	-11.1

Baño diferenciado para mujeres y hombres	44.0%	61.1%	17.1
Cuenta con contador	11.1	22.2	11.1
Día de la semana que abre el negocio			
Sólo Domingo	39.0	38.9	-0.1
Sábado y Domingo	22.2	33.3	11.1
Todos días	16.6	16.7	0.1
Domingo y otro día más	16.6	5.6	-11.0
N.E.	5.6	5.6	0.0
Ventas semanales en soles	S/.969.10	S/. 1,385.20	S/.416.10
Equivalente en ventas mensuales	S/.3876.40	S/.5,540.00	S/.1,664.40

Fuente: Encuesta de Línea de Base y encuesta de Evaluación de Impacto

d) Características del nivel de activos y tipo de clientes

En el cuadro N° 11 se presenta la información sobre el nivel de activos de los establecimientos y el tipo de clientes que atienden al inicio y al final del proyecto.

- Respecto a la inversión en activos de los establecimientos de los empresarios, se observa que, hay un incremento de quienes invierten más de 50,000 y más de 100,000 soles, también se incrementa el número de empresarios que invierte menos de 10,000 soles y disminuyen los que invierten entre 10, 0000 soles a 49,999. La composición de los activos sigue siendo similar: artefactos (congeladora, refrigeradora, cocina) y los muebles (mesas, sillas) y finalmente el menaje (platos, cubiertos, etc.).
- Con respecto al tipo de clientes que atienden, se observa que quienes solamente tenían clientes locales al inicio del proyecto (33.3%) han disminuido a 11.1%, lo cual significa que han diversificado su cartera de clientes.

También es notable el incremento de quienes atienden a clientes nacionales (33.3%) y de quienes atienden a clientes extranjeros (5.5%), lo cual es consistente con el aumento del flujo turístico a la zona de turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro N° 11
Nivel de activos y tipo de clientes

	Inicio del Proyecto (%)	Final del Proyecto (%)	Diferencia
Nivel de activos (miles de S/.)	%		
Menor a 10	29.0	33.3	4.3
10 a 19.9	17.7	16.7	-1.0
20 a 49.9	41.3	11.1	-30.2
50 a 99.9	6.0	22.2	16.2
100 ó más	6.0	16.7	10.7
Clientes locales			

Atiende Clientes locales	55.6	88.9	33.3
El 100% de sus clientes es local	33.3	11.1	-22.2
NE	11.1	0.0	-11.1
Clientes - Turistas nacionales			
Atiende clientes nacionales	55.6	88.9	33.3
No tiene	44.4	11.1	-33.3
Clientes - Turistas extranjeros			
Atiende clientes extranjeros	27.8	33.3	5.5
No tiene	72.2	66.7	-5.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

e) Funcionamiento del negocio

Los pequeños negocios que han predominado en la Campiña de Moche, antes del funcionamiento de los sucesivos proyectos desarrollados por el Patronato, han sido generalmente bodegas, ladrilleras informales y ramadas; tradicionalmente los pobladores de la Campiña se han dedicado a la agricultura.

A partir del movimiento turístico generado por las Huacas es que se observa un incremento de restaurantes y ramadas y también de talleres artesanales con puerta a la calle.

En el cuadro N° 12 se presentan las características del funcionamiento de restaurantes y ramadas, al inicio y al final del Proyecto.

- Una aproximación a la dinámica de funcionamiento de estos establecimientos se pueden observar a partir de los datos referidos a la variedad de platos que ofrecen en su carta y al número de raciones que preparan por día. Según la encuesta de Línea de Base, el 50% de establecimientos ofrecía en su carta menos de 8 platos, un 16.7% ofertaba de 8 a 14 platos, mientras que sólo el 27.8% declaró ofertar de 15 a más platos. Según la encuesta de Evaluación de Impacto, el porcentaje de establecimientos que ofrecen de 15 a más platos se ha incrementado a 38.9% (11.1% de incremento), habiendo bajado en igual proporción el porcentaje de establecimientos que ofrecen menos de 4 platos.
- Respecto a la cantidad de raciones que elaboran por día, al inicio del proyecto la gran mayoría (55.6%) preparaba menos de 40 raciones; el 22.2% de 40 a 59 raciones, mientras que solamente el 16.7% declaró preparar diariamente de 60 a más raciones. Al final del proyecto se da cuenta de que los establecimientos han incrementado el número de raciones que elaboran: todos preparan más de 20 raciones por día.

Tanto el incremento de platos en la carta de restaurantes y ramadas, así como del número de raciones explican el incremento en las ventas e ingresos de las(os) empresarias(os).

- El gasto promedio semanal en insumos ha sido al inicio del proyecto y es al final del mismo en su mayoría menor a los 500 soles; no obstante, se aprecia que al final del proyecto ha aumentado de 16.7% a 33.3% (16.6% de incremento) el porcentaje de establecimientos que gastan más de 500 soles en promedio semanal.
- El gasto promedio semanal en el abastecimiento de bebidas también ha aumentado: han pasado de un 11.1% a un 33.3% los establecimientos que gastan de 150 a 299 soles semanales en promedio por este concepto (22.2% de incremento).
- Estos establecimientos funcionan con personal permanente y eventual. Al inicio del proyecto el 38.9% tenía de 2 a 3 personas y el otro 38.9% entre 4 a 6 personas y sólo un 16.7% más de 7 personas; al final del proyecto se ha reducido significativamente el porcentaje de establecimientos con menos de 4 personas (27.8% de decremento), incrementándose a un 61.1% los establecimientos con 4 a 6 personas y a 27.8% los que tienen más de 7 personas (incrementos de 22.2% y 11.1% respectivamente). Respecto al personal eventual, se ha reducido a la mitad el porcentaje de establecimientos que contrataban más de 10 personas bajo esta modalidad (de 22.2% a 11.1%); al final del proyecto el 55.5% contrata entre 2 a 6 personas.
- El porcentaje de establecimientos que declara aplicar prácticas sanitarias y de control se ha incrementado significativamente, pasando de un 27.8% al inicio del proyecto a un 66.7% al final del mismo. El mayor incremento se ha dado en los establecimientos que aplican ahora 10 o más prácticas sanitarias: el 33.3% lo hace, cuando al inicio del proyecto ningún establecimiento llegaba a este nivel.
- La promoción sólo mediante carteles sigue siendo la principal forma de publicidad de los establecimientos: 27.8% al inicio del proyecto y 44.5% al final del mismo. Los que usan publicidad en periódico o radio han disminuido en 5.6% y se mantienen en un 22.2% los que no utilizan publicidad.
- Con respecto al gasto en pago semanal promedio al personal, se ha incrementado en 31 soles para los cocineros, 17 soles para los ayudantes de cocina y en 6 soles para los mozos.
- Respecto al personal fijo (cocineros, ayudantes y mozos), el número total registrado al inicio del proyecto en los establecimientos fue de 80 personas y al finalizar el proyecto es de 104 personas.

Cuadro Nº 12
Funcionamiento del negocio

	Inicio del Proyecto (%)	Final del Proyecto (%)	Diferencia
Tipo de platos que elabora por día			
Menor a 4 Platos	11.1	0.0	-11.1
4 a 7 platos	38.9	44.4	5.5
8 a 14 platos	16.7	16.7	0.0
15 a más platos	27.8	38.9	11.1
N.E.	5.6		-5.6
Raciones que elabora por día			
Menor a 10 raciones	5.6	5.6	0.0
10 a 19 raciones	16.7	0.0	-16.7
20 a 39 raciones	33.3	44.4	11.1
40 a 59 raciones	22.2	27.8	5.6
60 a más raciones	16.7	22.2	5.5
N.E.	5.6	0.0	-5.6
Gasto promedio semanal en insumos comida			
Menor a 100 soles	5.6	0.0	-5.6
100 a 199 soles	27.8	22.2	-5.6
200 a 499 soles	38.9	44.5	5.6
500 a más soles	16.7	33.3	16.6
N.E.	11.1	0.0	-11.1
Gasto promedio semanal en bebidas			
Menor a 50 soles	11.1	5.6	-5.5
50 a 149 soles	38.9	33.3	-5.6
150 a 299 soles	11.1	33.3	22.2
300 a 499 soles	5.6	5.6	0.0
500 a más soles	16.7	11.1	-5.6
N.E.	16.7	11.1	-5.6
Personal fijo (cocineros, ayudantes, mozos)			
2 a 3 personas	38.9	11.1	-27.8
4 a 6 personas	38.9	61.1	22.2
7 a más personas	16.7	27.8	11.1
N.E.	5.6	0.0	-5.6
Personal eventual (cocineros, ayud, mozos)			
2 a 3 personas	11.1	33.3	22.2
4 a 6 personas	27.8	22.2	-5.6
8 a 9 personas		16.7	16.7
10 a más personas	22.2	11.1	-11.1
N. E.	38.9	16.7	-22.2
Nº Prácticas que aplica (sanitarias, control)			
1 a 4	11.1	5.6	-5.5

5 a 9	16.7	27.8	11.1
10 a 13	0.0	33.3	33.3
N.E.	72.2	33.3	-38.9
Publicidad y Marketing			
Usa solo carteles	27.8	44.5	16.7
Usa carteles, promociona y publicidad en periódico o radio	16.7	11.1	-5.6
Usa carteles y otro tipo de publicidad	11.1	22.2	11.1
No utiliza	22.2	22.2	0.0
NE	22.2	0.0	-22.2
Personal fijo del negocio (personal)			
	80	104	24
Pago semanal promedio al personal (en soles)			
Cocinero	S/. 47.00	S/. 78.00	S/. 31.00
Ayudante de cocina	S/. 28.00	S/. 45.00	S/. 17.00
Mozo	S/. 31.00	S/. 37.00	S/. 6.00

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

4.2.2 Productores Artesanales

a) Características generales

En el Cuadro N° 13 se presentan las características generales de los artesanos beneficiarios del proyecto.

Las características principales de los productores artesanales entrevistados son las siguientes:

- Del total de productores artesanales entrevistados, el 57.0% fueron mujeres. El mayor porcentaje de mujeres y hombres son mayores a los 35 años y la mayoría (64.3%) son casados.
- En cuanto al grado de instrucción, la mayoría de los hombres tiene educación secundaria y el 41.6% tiene algún nivel de educación superior. Un mayor porcentaje de mujeres (50%) ha alcanzado educación superior.
- Los hogares de los artesanos entrevistados tienen en promedio 4.3 miembros; este promedio similar al promedio nacional que es de 4 miembros por hogar.
- El 43.6% de los hogares tienen hijos menores de 12 años y el 14.3% algún miembro que ha migrado por trabajo y el 3.6% por estudio.
- En cuanto a los ingresos familiares, además del empresario o empresaria, solamente el 50% de los hogares tiene otro miembro que aporta al ingreso familiar.
- El gasto promedio mensual sí ha sufrido una variación significativa entre el inicio y el fin del proyecto, pasando de S/. 951.00 nuevos soles mensuales, a S/.1,343.64 nuevos soles mensuales en promedio. Ello representa un incremento de S/.392.64 nuevos soles, que en términos porcentuales es un incremento del orden del 41.3%.

Cuadro N° 13
Características de productores artesanales y sus hogares

	%	Promedio	Soles
1) Características del Entrevistado			
Edad			
Hombre mayor a 35 años	75.0		
Mujer mayor a 35 años	94.0		
Sexo			
Hombre	43.0		
Mujer	57.0		
Estado Civil			
Casado/a	64.3		
Soltero/a	17.9		
Conviviente	14.3		
Viudo	3.6		

Nivel de Instrucción			
- Hombres			
Primaria	8.3		
Secundaria	50.0		
Superior	41.7		
Técnica	0.0		
- Mujeres			
Primaria	12.5		
Secundaria	31.3		
Superior	50.0		
Técnica	6.2		
2) Características del Hogar			
Personas que lo conforman		4.3	
Hijos que viven en el hogar		2.0	
Hogares con hijos menores de 12 años	43.6		
Hogares que presentan migración por estudio	3.6		
Hogares que presentan migración por trabajo	14.3		
Hogares con miembros que aportan al ingreso	50.0		
3) Gasto Mensual Promedio * (en Nuevos Soles)			
Inicio del Proyecto			951.00
Final del Proyecto			1343.64
Diferencia			392.64

*Incluye autoconsumo

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

b) Características de la vivienda y servicios del hogar

Las referencias más significativas respecto al nivel socioeconómico de las familias de los artesanos entrevistados se presentan en el cuadro N° 14 y se señalan a continuación:

- Como apreciación general se puede decir que si bien la mayoría de las viviendas de los artesanos al inicio del proyecto correspondía a un tipo de asentamiento medianamente consolidado, sin haber cambiado esta condición, al final del proyecto se reconocen mejoras: hay ahora un 25% de viviendas con paredes de material noble (10.7% de incremento respecto al inicio del proyecto), 35.7% de viviendas con techo de eternit (25% de incremento respecto al inicio del proyecto), y un 67.9% de viviendas con piso de cemento (17.9% de incremento). Al mismo tiempo, ha disminuido el porcentaje de viviendas con materiales precarios: las de paredes de adobe y estera (14.3% y 3.6% de decremento respectivamente, respecto al inicio del proyecto), las que usan caña y estera en techos (21.4% y 7.1% de decremento respectivamente, respecto al inicio del proyecto), y con piso de tierra (17.8% de decremento respecto al inicio del proyecto).
- En cuanto a la organización interna de la vivienda se tiene también una mejora, pues el porcentaje de las viviendas con más de 5 habitaciones (“6 a más”), se ha incrementado de 42.8% al inicio del proyecto, a 57.2% al final del mismo, lo que representa un incremento del 14.4%.

- En cuanto a los servicios, todas las viviendas cuentan con la ventaja de tener electricidad (cobertura y lograda desde el inicio del proyecto). El porcentaje de viviendas con baño se ha incrementado de 75% al inicio del proyecto a 85.7% al final del mismo (10.7% de incremento). Asimismo, el porcentaje de las viviendas con conexión de agua potable se ha incrementado de 53.6% a 78.6%, lo que representa un incremento del 25%; las viviendas que utilizaban agua de pozo se han reducido de 42.9% a 17.9%.
- Hay también una mejora respecto al combustible utilizado para cocinar: ya no hay viviendas que utilizan leña y se ha incrementado algo (de 78.6% a 85.7%) las que utilizan gas.
- Respecto a la posesión de artefactos en el hogar (refrigeradora, TV, equipo de música, radio, DVD), al final del proyecto las viviendas con 5 y más artefactos han pasado de 32% a 46.4% (14.4% de incremento respecto al inicio del proyecto).
- En cuanto a servicios de comunicación, hay una mejora importante en los rubros que corresponden al uso de computadora, internet y cable (35.7%, 17.8% y 14.3% de incremento respecto al inicio del proyecto). Si bien la proporción de viviendas con teléfono celular ha disminuido de 67.9% a 53.6%, su disponibilidad sigue siendo mayoritaria.

Cuadro Nº 14
Características de la Vivienda al inicio del Proyecto

	Inicio del Proyecto (%)	Final del Proyecto (%)	Diferencia
Material pared			
Noble	14.3	25.0	10.7
Ladrillo crudo	46.4	53.6	7.2
Adobe	35.7	21.4	-14.3
Estera	3.6	0	-3.6
Material Techo			
Estera	7.1	.0	-7.1
Eternit	10.7	35.7	25.0
Calamina	7.1	3.6	-3.5
Concreto	25.0	28.6	3.6
Caña	39.3	17.9	-21.4
Eternit y caña	10.7	10.7	.0
N.E.		3.6	3.6
Material piso			
Tierra	32.1	14.3	-17.8
Cemento	50.0	67.9	17.9
Madera	3.6	3.6	.0
Mayólica/cerámica	10.7	14.3	3.6

Cemento y tierra	3.6	.0	-3.6
Nº Habitaciones			
- de 01 a 03	28.6	21.4	-7.2
- de 04 a 05	28.6	21.4	-7.2
- de 06 a más	42.8	57.2	14.4
Alumbrado			
Electricidad	100.0	100.0	.0
Baño			
Sin baño	3.6	0	-3.6
Letrina	21.4	14.3	-7.1
Baño en vivienda	75.0	85.7	10.7
Combustible para cocinar			
Leña	7.1	0	-7.1
Gas	78.6	85.7	7.1
Kerosene	7.1	3.6	-3.5
Leña y gas	7.1	7.1	.0
N.E.		3.6	3.6
Agua para vivienda			
Pozo	42.9	17.9	-25.0
Domicilio no potable	3.6	3.6	.0
Domicilio potable	53.6	78.6	25.0
Tenencia de Artefactos y Servicios			
2 artefactos	11.0	3.6	-7.4
3 artefactos	32.0	21.4	-10.6
4 artefactos	25.0	28.6	3.6
5 a más artefactos	32.0	46.4	14.4
Servicios de comunicación			.0
Celular	67.9	53.6	-14.3
Teléfono fijo	50.0	57.1	7.1
Internet	14.3	32.1	17.8
Cable	7.1	21.4	14.3
Computadora	25.0	60.7	35.7

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

c) Funcionamiento del negocio

El Patronato Huacas del Valle de Moche desarrolló un proyecto con el apoyo del Fondo Contravalor Perú Francia y tuvo como una de sus líneas principales el trabajo con productores artesanales, por ello gran parte de los beneficiarios del proyecto proceden de esa experiencia.

- Se ha encontrado cierto nivel de especialización entre los productores artesanales, hay algunos que se dedican a la cerámica, otros al trabajo con madera, con cuero y otros con caña, estos artesanos suelen ser los de mayor experiencia y antigüedad y son los que tienen talleres con puerta a la calle y

suelen recibir visitantes. Se encontró también artesanos dedicados a bisutería y a la producción de tejidos entre otros.

- Como se muestra en el cuadro N° 15, se ha incrementado la cantidad de tipos de productos que producen los artesanos: al inicio del proyecto el 75% de los artesanos producía menos de cuatro productos diferentes; al final del proyecto este porcentaje ha disminuido a 42.9%, mientras que el 57.1% produce ahora de cuatro a más productos.
- Entre los problemas de producción que reportan los artesanos, el de la falta de equipo ha disminuido de 39.1% a 18.2% (20.9% de decremento respecto al inicio del proyecto), lo que supondría un mejor nivel de equipamiento para la producción artesanal. Ha disminuido también, aunque ligeramente, la mención a problemas referidos al financiamiento y a la asesoría técnica, mientras que ha aumentado la mención a problemas referidos a la escases de materia prima, mano de obra calificada y tiempo para la producción.
- Respecto a los ingresos por ventas mensuales de los artesanos, al inicio del proyecto éstos se estimaron en S/.1,268, y para el final del proyecto se estimaron en S/.. 2,994.0. Entre estos dos momentos se ha logrado un incremento de S/. 1,726 que representa un incremento de 136.2%.

**Cuadro N° 15
Funcionamiento del negocio**

	Inicio del Proyecto (%)	Final del Proyecto (%)	Diferencia
Tipo de productos que elabora			
Menor a 4 productos	75.0	42.9	-32.1
4 a 6 Productos	7.1	17.9	10.8
7 a 10 Productos	17.9	39.2	21.3
Principales problemas en la producción			
Falta de equipo	39.1	18.2	-20.9
Falta de financiamiento	17.4	15.2	-2.2
Falta asesoramiento técnico	13.0	9.1	-3.9
Escasez mano de obra calificada		12.1	12.1
Escasez de materia prima		15.2	15.2
Falta de tiempo		12.1	12.1
Otros	30.5	18.1	-12.4
Ventas mensuales (soles)	S/. 1,268.00	S/. 2,994.00	S/. 1,726.00

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

- En el Cuadro N° 16 se presenta el cálculo que se ha hecho sobre la base de las Encuestas de Línea de Base y las de Evaluación de Impacto, para estimar los empleos permanentes al inicio del Proyecto y al final de mismo. Al inicio del Proyecto se estimó 74.7 empleos permanentes, mientras que al final del Proyecto se estimó 122.1 empleos permanentes: 47 más que al inicio del Proyecto, lo que representa un incremento del 63.5%, que es bastante significativo.

Cuadro N° 16
Empleo Permanente de Artesanos

	Inicio del Proyecto	Final del Proyecto	Diferencia
Jornales total/año	4,375	7,157	2,782
N° de muestra	28	28	
Jornales promedio/año/artesano	156	256	100
Población total de artesanos	129	129	
Jornales totales/año	20,157	32,974	12,817
Equivalente en permanentes	74.7	122.1	47.4

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

4.2.3 Empleados de establecimientos (restaurantes y ramadas)

a) Características generales

En el Cuadro N° 17 se presentan las características generales de los empleados beneficiarios del proyecto.

Las características principales son las siguientes:

- Del total de empleados entrevistados, el 85% fueron mujeres. El mayor porcentaje de mujeres y hombres están en el rango de edad entre 20 - 34 años (35%), con un significativo porcentaje de menores de 20 años (25%); la mitad (50%) son solteros.
- La mayoría (55%) cuenta con secundaria; un 25% ha alcanzado educación superior, mientras que sólo un 20% alcanzó solamente el nivel primario de la educación básica.
- En promedio, los hogares de los empleados entrevistados tienen 3.75 integrantes y 1.85 hijos viviendo en el hogar; son pocos los hogares que tienen hijos menores de 12 años, alcanzando éstos en promedio a 0.55 hijos.
- El 5% de los hogares manifiesta la situación de migración por trabajo de alguno de sus integrantes.
- El gasto promedio mensual de los hogares de los empleados entrevistados ha tenido una variación significativa entre el inicio y el fin del proyecto, pasando de de 589.60 nuevos soles mensuales, a 864.00 nuevos soles mensuales en promedio. Ello representa un incremento de 274.4 nuevos soles, que en términos porcentuales es un incremento del orden del 46.5%

Cuadro N° 17
Características de los empleados y sus Hogares

	%	Promedio	Soles
1) Características del Entrevistado			
Sexo			
Hombre	15.0		
Mujer	85.0		
Grupos Edad			
Menor a 20 años	25.0		
20-34 años	35.0		
35-44 años	25.0		
45-55 años	15.0		
Estado Civil			
Soltero	50.0		
Casado	25.0		
Conviviente	25.0		

Nivel de Educación			
Primaria	20.0		
Secundaria	55.0		
Superior	25.0		
2) Características del hogar			
Personas que lo conforman		3.75	
Hijos que viven en el hogar		1.85	
Hogares con hijos menores de 12 años		0.55	
Hogares que presentan migración por trabajo	5.0		
3) Gasto total mensual * (en Nuevos Soles)			
Inicio del Proyecto			589.60
Final del Proyecto			864.00
Diferencia			274.4

*Incluye autoconsumo

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

b) Características de la vivienda y servicios del hogar

Las referencias más significativas respecto al nivel socioeconómico de las familias de los empleados entrevistados se presentan en el cuadro N° 18 y se señalan a continuación:

- Como apreciación general se puede decir que la mayoría de las viviendas de los empleados corresponde a un tipo de asentamiento en proceso de consolidación, cuyas características dan cuenta de inversión acumulada en ellas. Entre el inicio del proyecto y el final del mismo, los cambios que se han producido no son significativos, pero sí dan cuenta de mejoras: las viviendas con paredes de material noble se han incrementado del 50% al 60%, las con piso de cemento del 45% al 55%. Ha disminuido el porcentaje de viviendas con paredes de adobe y piso de tierra, mientras que la condición de los techos permanece igual.
- La mayoría de las viviendas tiene al final del proyecto entre 4 y 6 habitaciones, habiéndose incrementado el porcentaje de las de este tipo de 50% a 60% (10% de incremento), mientras que las con menos de 4 habitaciones han disminuido en igual proporción.
- Respecto a servicios, el 100% de las viviendas de los empleados entrevistados contaba ya con energía eléctrica en sus hogares al inicio del proyecto. Ha mejorado bastante la situación de las viviendas respecto al abastecimiento de agua y baños: con agua potable a domicilio han pasado del 40% al 70% (30% de incremento), y con baño en la vivienda del 50% al 70% (20% de incremento). Se mantiene el 10% de viviendas con pozo ciego.
- Al inicio del proyecto en los hogares de los empleados se utilizaba como combustible, por igual, el gas y la leña: 45% sólo gas, 45% sólo leña, y el 10% restante usa ambos. Al final del proyecto el consumo del gas ha aumentado y

el de la leña ha disminuido: ahora el 50% usa sólo gas, un 25% leña y gas y un 25% sólo leña.

- Las viviendas que cuentan con 4 y más artefactos se han incrementado significativamente: de 5% a 25% las que tienen 4 y de 5% a 45% las que tienen 5 y más artefactos. Ahora sólo 25% de las viviendas tienen menos de 4 artefactos; ninguna tiene sólo uno.

Cuadro Nº 18
Características de la Vivienda al inicio del Proyecto

	Inicio del Proyecto (%)	Final del Proyecto (%)	Diferencia
Material Pared			
Noble	50.0	60.0	10.0
Ladrillo crudo	15.0	15.0	.0
Adobe	35.0	25.0	-10.0
Material Techo			
Estera	15.0	15.0	.0
Eternit	35.0	35.0	.0
Calamina	10.0	10.0	.0
Concreto	35.0	35.0	.0
Caña	5.0	5.0	.0
Material Piso			
Tierra	50.0	40.0	-10.0
Cemento	45.0	55.0	10.0
Mayólica/cerámica	5.0	5.0	.0
Nº Habitaciones			
1-3 habitaciones	45.0	35.0	-10.0
4-6 habitaciones	50.0	60.0	10.0
N.E	5.0	5.0	.0
Tipo de Alumbrado			
Electricidad	100.0	100.0	.0
Agua para vivienda			
Pozo	50.0	20.0	-30.0
Domicilio potable	40.0	70.0	30.0
N.E.	10.0	10.0	.0
Baño			
Sin Baño	5.0	0	-5.0
Letrina	35.0	20.0	-15.0
Baño en vivienda	50.0	70.0	20.0
Pozo ciego	10.0	10.0	.0
Combustible Cocinar			
Leña	45.0	25.0	-20.0
Gas	45.0	50.0	5.0

Leña y gas	10.0	25.0	15.0
Tenencia de Artefactos y Servicios			
1 artefacto	10.0	.0	-10.0
2 artefactos	35.0	10.0	-25.0
3 artefactos	40.0	15.0	-25.0
4 artefactos	5.0	25.0	20.0
5 a más artefactos	5.0	45.0	40.0
N.E.	5.0	5.0	.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

c) Características económicas del hogar de los empleados

Las características económicas de los hogares de los empleados que trabajan en los establecimientos de la Campiña de Moche se detallan en el Cuadro N° 19.

Tenemos los siguientes resultados:

- La gran mayoría de los hogares de los empleados (el 70%) cuentan con un solo proveedor.
- Respecto a los gastos en el hogar de los empleados, entre el inicio y el final del proyecto, han disminuido aquellos cuyo gasto era menor a 700 soles: de 31.6% a 5% los que gastaban menos de S/.500 y de 42.1% a 35% los que gastaban entre S/.500 y S/.700 (disminución del 26.6% y del 7.1% respectivamente); a la inversa, han aumentado los que gastan más de 700 soles: de 15.8% a 35% los que gastan entre S/.701 y S/.1,000, y de 10.5% a 25% los que gastan más de S/.1,000 (incremento del 19.2% y 14.5% respectivamente). De este modo al final del proyecto el 60% de los hogares de empleados tiene un ingreso superior al salario mínimo vital.
- Los ingresos que los empleados obtienen por su trabajo en los establecimientos ha sufrido cambios disparejos entre el inicio y el final del proyecto:

El porcentaje de los que reciben un ingreso menor a S/.300 ha disminuido, pasando de 75.0% a 41.2% (la disminución es de 33.8 %), los que reciben entre 300 y 400 soles pasan de 25% a 29.4% (el incremento es de 4.4%) y en la evaluación aparece un nuevo rango, de quienes reciben entre 480 y 750 soles, representado el 29.4%.

Cuadro Nº 19
Características económicas del hogar de empleados

	Inicio del Proyecto (%)	Final del Proyecto (%)	Diferencia
Nº Personas Producen Ingresos en el Hogar			
1 persona	70.0	70.0	0.0
2 personas	5.0	20.0	15.0
Ninguna	25.0	10.0	-15.0
Total de Gastos del Hogar			
Menor a S/.500.00	31.6	5.0	-26.6
S/.500.00-700.00	42.1	35.0	-7.1
S/.701.00-1000.00	15.8	35.0	19.2
Mayor a S/.1000.00	10.5	25.0	14.5
Ingreso obtenidos - trabajo en los establecimientos			
Menor a S/. 300.00	75.0	41.2	-33.8
S/. 300.00 a S/. 400.00	25.0	29.4	4.4
S/. 480.00 a S/.750.00		29.4	29.4
Ingreso mensual promedio en los establecimientos	277.50	364.40	86.9

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

4.2.4 Profesionales y conductores locales

En el caso de los profesionales (arqueólogos, conservadores y guías), el proyecto no planteó metas en términos de ingresos ni empleo, sino fundamentalmente de fortalecimiento de capacidades. En cuanto a los conductores locales, también se dio prioridad a la capacitación. Es por ello que la información que se ha levantado sobre estos actores se ha centrado en sus características generales.

En el Cuadro Nº 20 se presentan las características generales de los profesionales beneficiarios del proyecto.

- Del total de profesionales entrevistados, el 50% fueron hombres y el 50% mujeres. El mayor porcentaje de mujeres y hombres están en el rango de edad entre 20-34 años (44.4%); un tercio (33.3%) tiene entre 35 y 44 años y un 16.7% entre 45 y 56 años. Algo más de la mitad (55.6%) son solteros.
- El 77.8% cuenta con educación superior y el 11.1% con educación técnica; solamente un 5.6% declara tener sólo secundaria.
- Todos los entrevistados se integraron al proyecto el 2010.

Cuadro Nº 20
Características de los profesionales entrevistados

	%
1. Características del Entrevistado	
Sexo	
Hombre	50
Mujer	50
Grupos Edad	
20 – 34	44.4
35 – 44	33.3
45 – 56	16.7
N.E.	5.6
Estado Civil	
Soltero	55.6
Casado	38.9
Conviviente	5.6
Nivel de Educación	
Secundaria	5.6
Técnico	11.1
Superior	77.8
N.E.	5.6
2. Año de integración al proyecto	2,010

Fuente: Encuesta de Línea de Base

Respecto a los conductores locales, cuatro de las entrevistadas son mujeres y un hombre. Tienen diversas ocupaciones (ama de casa, profesora, servicio de comida) y sus edades están entre los 26 y 54 años, dos son solteros y tres casados. Tres de los entrevistados tienen algún nivel de educación superior y dos de secundaria y el promedio de miembros de sus hogares es de 4.0 miembros.

Las(os) profesionales que han participado en las acciones del proyecto, valoran el aporte del proyecto en tanto ha contribuido a mejorar su desempeño profesional de acuerdo al rol que desempeñan en el Complejo de la Huaca. Arqueólogos y conservadores relievan la importancia de tener ahora una mirada más amplia respecto al “producto turístico” de la Huaca y trascender su rol de especialistas en investigación y conservación. Las(os) guías turísticos destacan también que ahora realizan un mejor trabajo y su relación con los turistas ha mejorado.

En tanto las(os) conductores locales, las seis personas que han tenido una participación más activa en la propuesta del proyecto, han comenzado una iniciativa empresarial, la cual esperan que madure en el corto plazo. Ello en la práctica implicará la posibilidad de contar con un puesto de trabajo de carácter permanente.

4.2.5 Problemas que los turistas tienen en su visita al Complejo y la Campiña

A fin de tener un panorama general respecto a qué problemas se percibían en la visita que los turistas realizan al Complejo y a la Campiña de Moche, se preguntó a todos los actores entrevistados sobre los mismos, tanto para el momento del Inicio del Proyecto como para el Final del Proyecto.

Las percepciones respecto a este tema se presentan en el Cuadro N° 21, con los siguientes resultados.

- El principal problema detectado es el de la señalización en la carretera panamericana, que no permite visibilizar las señales que remiten al Complejo, desorientando a los turistas interesados en visitar las Huacas de Moche. Si bien entre el inicio y el final del Proyecto ha habido una ligera disminución (de 29.8% a 26.4%), el problema sigue siendo el principal.
- El segundo problema señalado es el de la seguridad: entre el inicio y el final del Proyecto, la percepción de inseguridad ha aumentado, de 14.4% a 17.9%. En tercer lugar está el problema de la suciedad y la basura, que se ha incrementado de 11.5% a 13.2%, y en cuarto lugar el de la escasa información al interior del Complejo y sobre los servicios en la Campiña, que más bien ha disminuido de 10.7% a 6.6% entre el inicio y el final del Proyecto. Porcentajes minoritarios, tanto al inicio como al final del Proyecto, ocupan problemas como movilidad, servicio diario de alimentación, idioma y un conjunto de otros problemas de menor frecuencia de mención.

Cuadro N° 21
Problemas que los turistas enfrentan en sus visitas
(Porcentaje)

	Inicio del Proyecto	Final del Proyecto	Diferencia
Seguridad	14.4	17.9	3.5
Suciedad	11.5	13.2	1.7
Señalización en la panamericana no es visible	29.8	26.4	-3.4
Escasa información sobre el Complejo y al interior de él y de servicios en la Campiña	10.7	6.6	-4.1
Movilidad	7.7	6.6	-1.1
Idioma	3.8	2.8	-1.0
Servicio de alimentación Todos los días	4.8	6.6	1.8
Otros (no hay alojamiento, falta de camino peatonal, mala atención y trato al turista, etc.)	17.3	19.9	2.6

Fuente: Encuesta de Línea de Base y Encuesta de Evaluación de Impacto

4.2.6 Información sobre visitas de turistas al Complejo y la Campiña

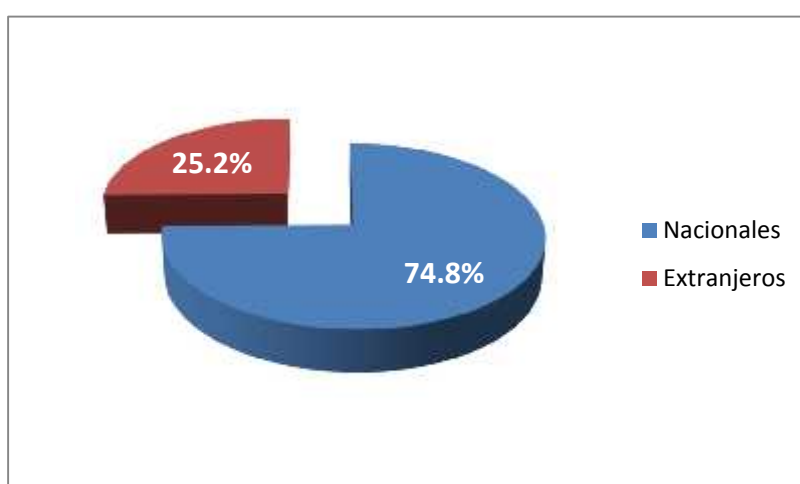
a. Flujo de visitantes

El año 2011, visitaron la Huaca de la Luna 126,989 personas, de las cuales pagaron boletos de entrada 120,938 (95,2%).

De las 120,938 personas que pagaron boletos de entrada, 30,506 (25,2%) son extranjeras y 90,432 (74,8%) son nacionales, tal como se muestra en el Gráfico N° 1.

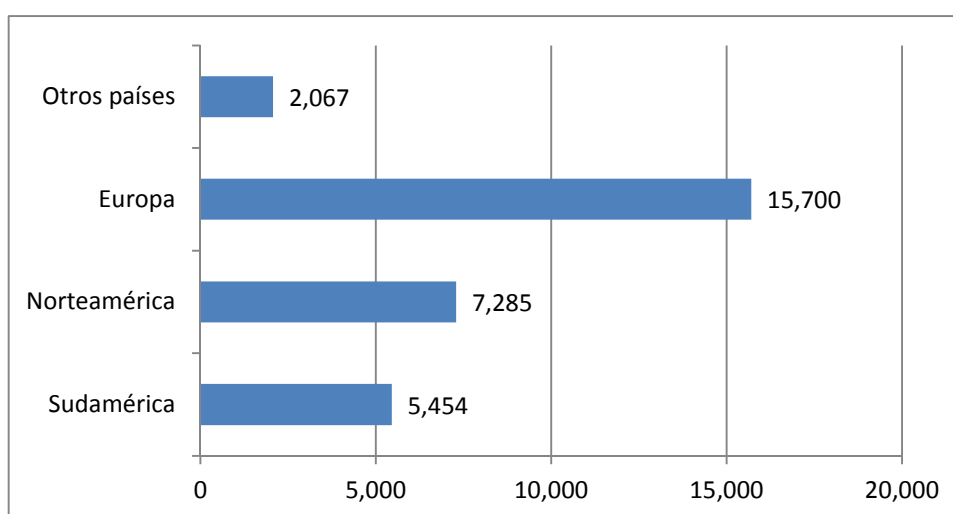
En los gráficos N° 2 y 3 se muestra la procedencia de los visitantes extranjeros y nacionales, respectivamente.

Gráfico N° 1
Origen de los visitantes que pagan entrada en la Huaca de la Luna



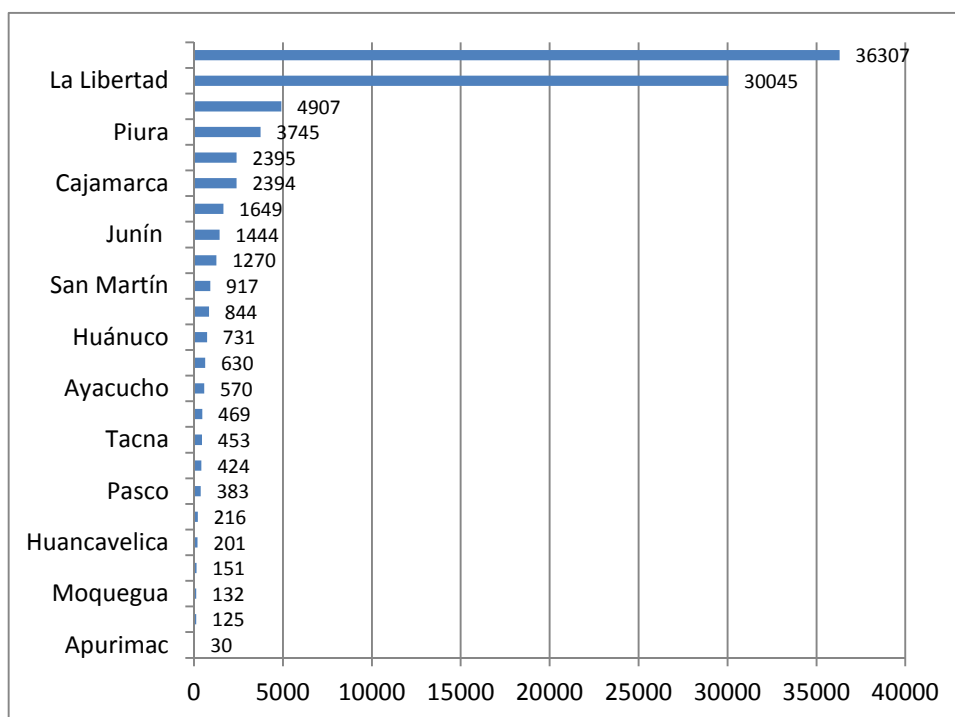
Fuente: Elaboración propia con datos de la Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales de MINCETUR.

Gráfico N° 2
Procedencia de los visitantes extranjeros a la Huaca de la Luna



Fuente: Elaboración propia con datos de la Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales de MINCETUR.

Gráfico N° 3
Procedencia de los visitantes nacionales a la Huaca de la Luna



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Proyecto Base

En el Cuadro N° 22 se presenta información del flujo de visitas que se reciben en Huacas de la Luna, según paguen o no boletos de entrada.

- Se puede observar cómo entre el 2009 y el 2011 ha habido un incremento progresivo de visitantes a la Huaca de la Luna, tanto del total general de visitantes, como de los que pagan boletos de entrada, haciendo un acumulado de 23,346 (22.5% de incremento entre el 2009 y el 2011).

Cuadro N° 22
Flujo de las visitas a la Huaca de la Luna

Concepto	2009	2010	2011	Diferencia 2009-2010	Diferencia 2010-2011	Diferencia 2009-2011
Total visitantes	103,643	115,072	126,989	11,429 (11.0%)	11,917 (9.4%)	23,346 (22.5%)
Visitantes que pagan boletos de entrada	98,143	108,640	120,938	10,497 (10.7%)	12,298 (10.2%)	22,795 (23.2%)

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Proyecto

En el Cuadro N° 23 se aprecia el conjunto de razones atribuidas por las personas encuestadas al incremento de turistas, y en el Cuadro N° 24, la explicación del beneficio obtenido con el incremento de turistas.

- Entre las principales razones que las personas entrevistadas atribuyen al incremento de turistas está el funcionamiento del museo (33.9%), los descubrimientos arqueológicos (22.9%) y la mayor promoción y difusión realizada por el proyecto (22.9%). Otras razones de menor importancia que se mencionan para explicar el incremento de turistas son: mejoras en los servicios, carretera, mantenimiento de la Huaca y trabajo artesanal.
- Los beneficios más reconocidos son: más trabajo (24.4%), mayores ingresos (19.8%), más clientes (15.1%), incremento de ventas (8.1%) y continuidad laboral (8.1%). Un 11.6% señala que el incremento de turistas no le ha favorecido y un 2.3% que le ha favorecido poco.

Cuadro Nº 23
¿A qué atribuye el incremento de turistas?

	Cantidad	%
Descubrimientos arqueológicos	25	22.9
Gastronomía	1	0.9
Mayor promoción y difusión del proyecto	25	22.9
Funcionamiento del Museo	37	33.9
Mejora de servicios	10	9.2
Trabajo artesanal	2	1.8
Mantenimiento de la Huaca	3	2.8
Guías más capacitados	1	0.9
Carretera	5	4.6

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Proyecto

Cuadro Nº 24
Beneficio percibido a partir del incremento de turistas

	Cantidad	%
Mas clientes	13	15.1
Mayores ingresos	17	19.8
Más trabajo	21	24.4
He comprado maquinaria	1	1.2
Ahora venden a empresas e intermediarios	2	2.3
Incremento de ventas	7	8.1
Mejoramiento de productos	2	2.3
Permite continuidad laboral	7	8.1
Adquisición de equipos para investigaciones	3	3.5
Permite seguir trabajos en la zona	1	1.2
Le ha favorecido poco	2	2.3
No le ha favorecido	10	11.6

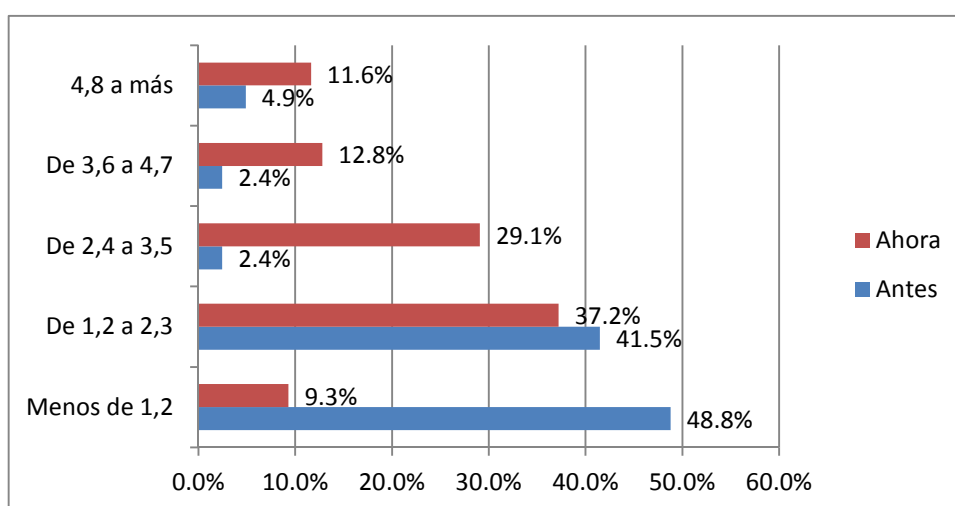
Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Proyecto

b) Permanencia de turistas en Campiña

El promedio de horas de permanencia del turista en la zona (Huaca de la Luna y Campiña de Moche) al inicio del proyecto, según estimaciones de las personas entrevistadas, es de 1.5 horas. El promedio estimado de horas de permanencia al final del proyecto es de 2.8 horas. La diferencia: 1.3 horas, representa un incremento del 86.7% respecto al inicio del proyecto.

En el Gráfico N° 4 se presentan las estimaciones hechas por las personas entrevistadas respecto al tiempo de permanencia de los turistas en la Campiña de Moche. Según dichas estimaciones, el tiempo de permanencia de los turistas en la Campiña de Moche se ha incrementado entre el inicio y el fin del proyecto, tal como puede apreciarse en el gráfico:

Gráfico N° 4
Permanencia de los visitantes a la Campiña de Moche y Huaca de la Luna
(Porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Proyecto Base

c) Disposición de gasto para itinerarios artesanales

En los Gráficos N° 5 y N° 6 se presenta información sobre disposición de gasto de los visitantes extranjeros y nacionales para los años 2010 y 2011. En el estudio de evaluación de impacto no fue posible capturar la información sobre gasto del visitante de manera directa. Se ha tenido acceso a fuentes secundarias como la de PROMPERU que presenta el gasto por visitante pero a nivel de toda la Región (La Libertad), por tanto para analizar esta variable planteada por el Proyecto se ha utilizado la información proveniente de dos encuestas aplicadas en los años 2010 y 2011 que capturan información sobre disposición de gasto de los visitantes. Para el caso de los visitantes extranjeros, está expresada en Dólares, y para el caso de los nacionales, está expresada en Nuevos Soles³.

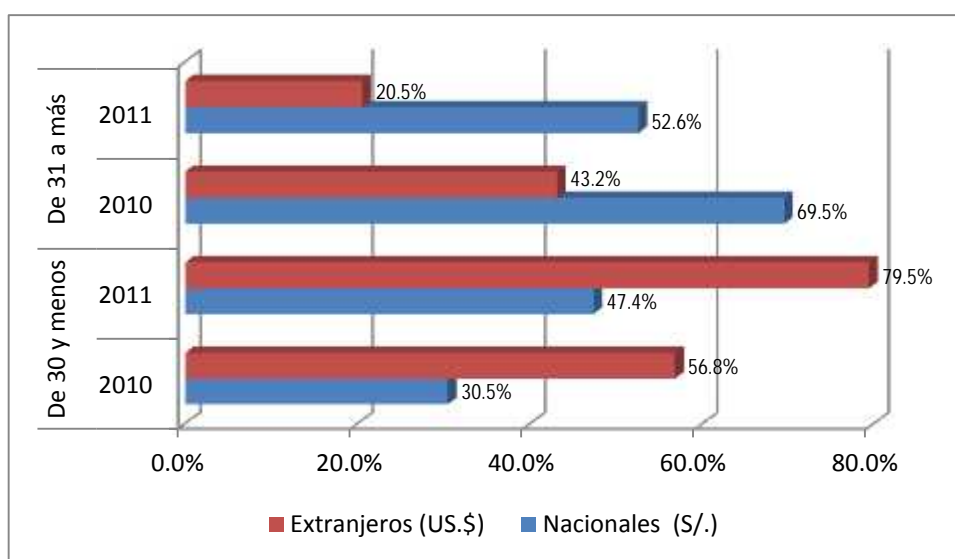
³ El proyecto no ha previsto un instrumento adecuado que permita capturar la información sobre disposición o intención de gasto de los visitantes, las encuestas que realizó capturaron la información de manera inapropiada.

En la medida en que la información a la que se accedido está procesada en rangos y que los niveles de meta planteados por el proyecto no corresponden a ninguno de los límites de intervalo, en este estudio se asume como límite base para la comparación del indicador de “disposición de gasto de turistas” \$ 30.00 para los extranjeros y S/. 30.00 para los nacionales.

Los resultados de la encuesta aplicada por el proyecto el año 2010 señalan que un 43.2% de los entrevistados extranjeros manifestaron estar en disposición de gastar \$ 31 dólares o más para itinerario artesanal y almuerzo en la zona y un 69.5% de los entrevistados nacionales, manifestó su disposición de gastar S/. 31 soles a más por el mismo concepto. En la encuesta aplicada el 2011, los resultados son los siguientes: 20.5% de entrevistados extranjeros tenían disposición de gastar \$ 31 dólares o más para itinerario artesanal y almuerzo en la zona y un 52.6% de los entrevistados nacionales, manifestó su disposición de gastar S/. 31 soles a más por el mismo concepto.

Como se observa la disposición de gasto en el año 2011 disminuye un 16.9% en los nacionales y un 22.6% en los extranjeros.

Gráfico N° 5
Disposición de gasto de los visitantes extranjeros y nacionales para itinerario artesanal y almuerzo a la Huaca de la Luna – 2010-2011
 (Porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Proyecto Base

En el Gráfico N° 6, comparando los años 2010 y 2011 se observa una tendencia de incremento en el 2011 de la disposición de gasto tanto para visitantes nacionales como para visitantes extranjeros en los rangos de menos de 16 soles y dólares respectivamente y en el de 16 a 30 soles y dólares. En los rangos superiores (31 a 60 y 61 a más soles y dólares) se observa más bien una disminución de la disposición de gasto de los visitantes.

Ello implicaría que si bien año a año se ha dado un incremento del flujo de visitantes a la Huaca de la Luna, estos visitantes tienen una menor disposición a gastar en su visita.

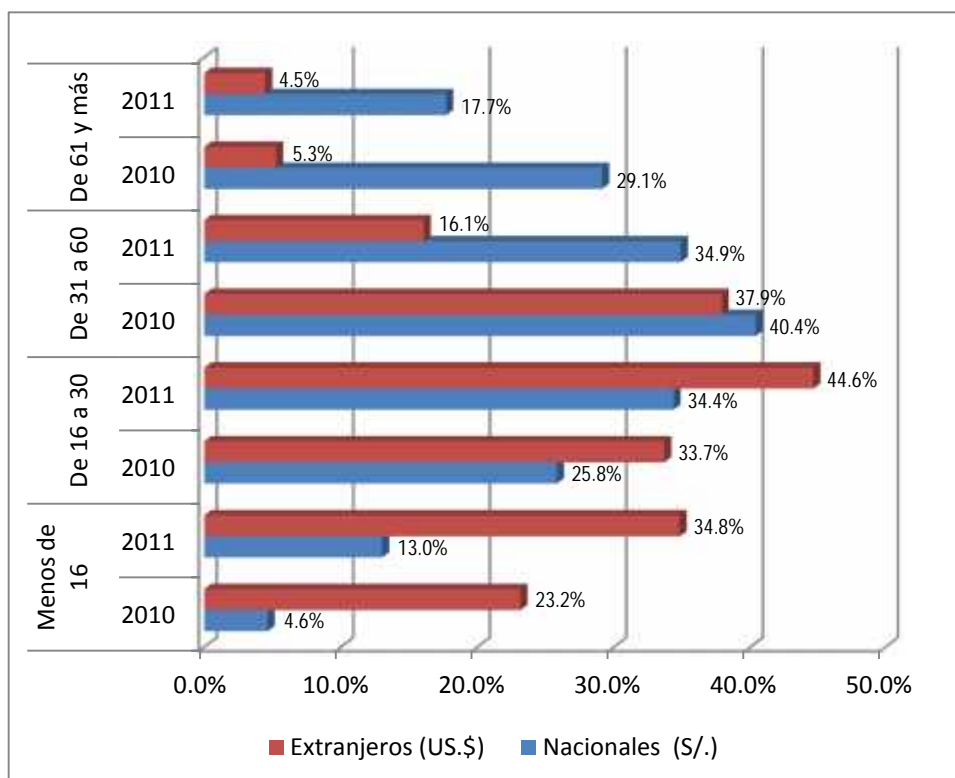
Respecto a la meta planteada por el proyecto de incrementar el gasto promedio de US\$ 8.00 a US\$ 20.00 en visitantes extranjeros y de S/.15.00 a S/. 30.00 en visitantes nacionales.

De los visitantes nacionales encuestados el 30.5% en el 2010 y el 47.4 % en el 2011 superaron el indicador base señalado por el proyecto (S/. 15.00) y alcanzaron la meta de S/. 30.00. Respecto a los visitantes extranjeros, el 56.8% en el 2010 y el 79.5% en el 2011 superaron el indicador base señalado por el proyecto (US\$8.00) y llegaron a US\$ 30.00 de disposición de gasto (10 más de la meta planteada por el proyecto que era US \$ 20.0).

De acuerdo a los datos de estas encuestas, se observa que entre la situación encontrada el 2010 y las metas a ser alcanzadas planteadas por el proyecto es bastante corta.

Estos resultados ambiguos, ameritan realizar un seguimiento más cercano y/o pensar en una metodología más adecuada para capturar información de mayor utilidad de los logros del proyecto.

Gráfico N° 6
Disposición de gasto de los visitantes extranjeros y nacionales para itinerario artesanal y almuerzo a la Huaca de la Luna – 2010-2011
 (Porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Proyecto Base

4.2.7 Valoración de los resultados obtenidos al aplicar lo aprendido en el proyecto

Se indagó sobre la valoración de los diferentes actores que participaron en las actividades del proyecto respecto a los resultados obtenidos al aplicar lo aprendido en el proyecto, siendo las opciones “ninguna utilidad”, “poco útil” y “bastante útil” . En general hay una valoración positiva, la cual se presenta de manera más detalla en los siguientes párrafos.

En el caso de los empresarios de establecimientos, de 270 respuestas registradas, 123 (49%) se refieren a que lo recibido fue “bastante útil”, señalando en orden de prioridad: “Incremento de la producción”, “Mejora de la calidad del producto”, “Sanidad de los alimentos” y “Mejora de la presentación del producto” en segundo orden de importancia se refirieron a “Métodos para la partición de alimentos” y en la “Organización de la producción”.

Respecto a los artesanos, de 585 respuestas, 255 (43.6%) se refieren a que lo aprendido ha sido “bastante útil”, destacando “Mejora de la calidad del producto”, en segundo lugar mencionan con el mismo peso “Control de calidad”, “Organización de la producción”, “Elaboración de costos” y el “Registro de ventas”.

En tercer lugar mencionan “aumento de la producción”, “diversificación de la producción”, “uso de nuevas técnicas de producción”, “mejoramiento de la presentación del producto y “mejores precios”.

Los arqueólogos y conservadores también valoran en su mayoría que la capacitación recibida ha sido beneficiosa, pues han mejorado su desempeño y adquirido conocimientos respecto a lo que es un “producto turístico” ampliando su visión centrada más bien en el aspecto técnico.

En cuanto a los guías de turismo, de las 39 respuestas registradas, 26 (66.7%) consideran también que lo aprendido ha sido “bastante útil”, especialmente “Técnicas de conducción”, “Guión de interpretación” y “Cultura y producto Moche”. En general consideran que lo aprendido ha mejorado su desempeño y su relación con los turistas.

Los conductores consideran que lo aprendido además de ser “bastante útil” para mejorar la conducción de turistas, se ha abierto una posibilidad de empleo para ellos.

5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

5.1. Valor de los indicadores de impacto

En el Cuadro N° 25 se presentan las variaciones existentes de los 03 indicadores de impacto seleccionados para el estudio, entre los estimados para el inicio del Proyecto y el final del mismo.

Cuadro N° 25
Valor estimado de los indicadores de impacto estudiados

VARIABLES	INDICADOR	UNIDAD MEDIDA	INICIO DEL PROYECTO	FINAL DEL PROYECTO	
Nivel de ingreso	Ingreso por actividad promovida	Empresarios	S/.	3,876.40	5,540.0
		Artesanos	S/.	1,268.00	2,994.00
		Empleados	S/.	277.50	364.4
Nivel de empleo	Empleo por actividad promovida	Empresarios	Nº	80	104
		Artesanos	Nº	74.7	122.1
	Nivel de activos que posee	Empresarios	Índice	2.4	2.7

Fuente: Elaboración propia

A fin de tener una evaluación más completa de la variable “nivel de ingresos” se ha incluido el indicador de “nivel de activos”. Éste no tiene meta considerada para el proyecto y por ello en adelante ya no se la considera en la evaluación.

5.2. Valor de los indicadores de efecto

Asimismo, en el Cuadro N° 26 se presentan las variaciones existentes de los 03 indicadores de efecto seleccionados para el estudio, entre los estimados para el inicio del Proyecto y el final del mismo.

Cuadro N° 26
Valor estimado de indicadores de efecto

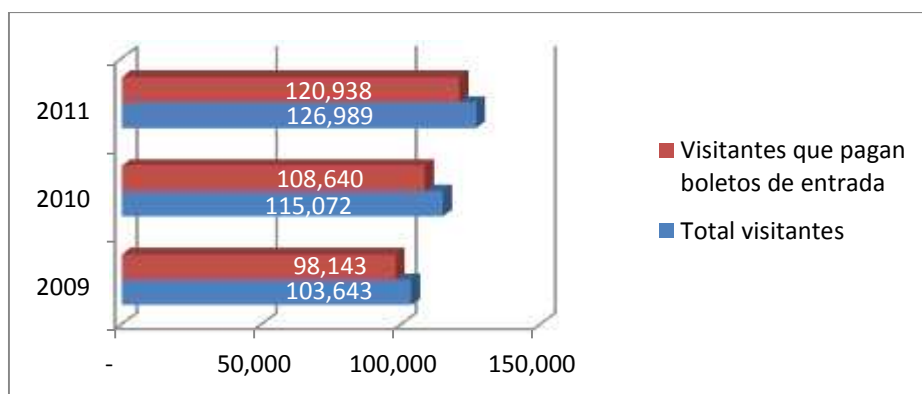
VARIABLE	INDICADOR	UNIDAD MEDIDA	INICIO DEL PROYECTO	FINAL DEL PROYECTO	
Nivel de ingresos turísticos	Flujo turístico	Total visitantes	Nº	103,643	126,989
		Visitantes que pagan boletos de entrada	Nº	98,143	120,938
	Tiempo de permanencia de turistas en Campiña	Horas	1.5	2.8	
	Disposición de gasto de turistas en la Campiña (*)	Extranjeros	% con disposición de gastar \$.31 a +	43,2%	20.5%
Nacionales		% con disposición de gastar S/.31 a +	69,5%	52.6%	

(*) Los datos corresponden al 2010

Fuente: Elaboración propia

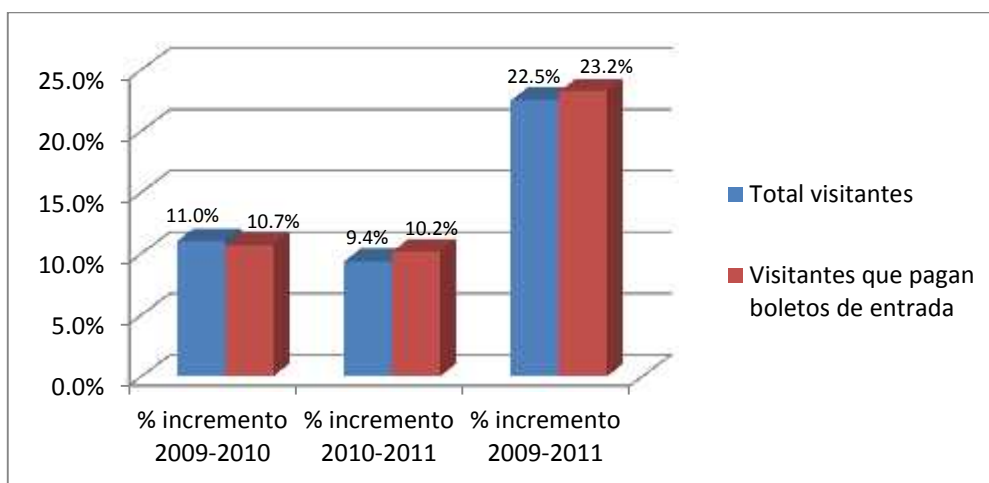
En los gráficos siguientes se aprecia el comportamiento de algunos de los indicadores de efecto:

**Gráfico N° 7 - Flujo turístico:
Visitantes a la Huaca de la Luna Años 2009, 2010 y 2011**
(Valores absolutos)



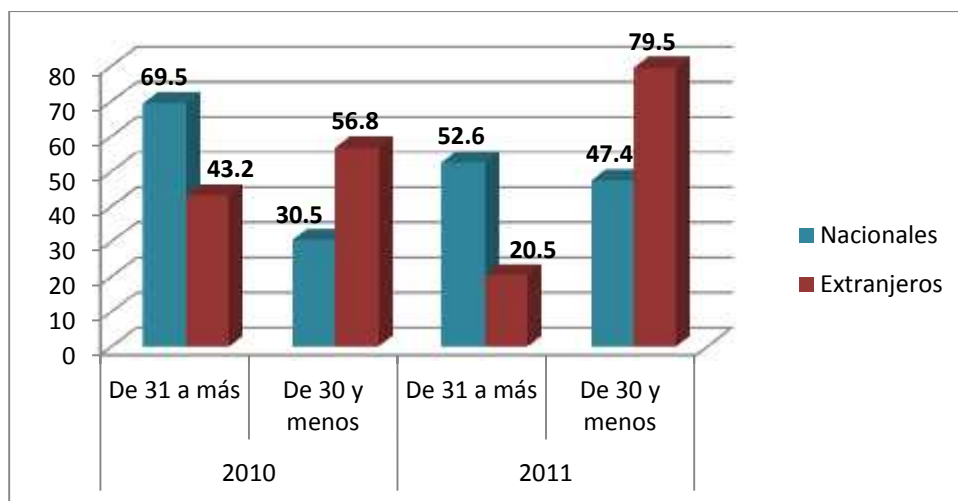
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico N° 8 – Flujo turístico:
Incremento de visitantes a la Huaca de la Luna entre los años 2009, 2010 y 2011**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico N° 9 - Disposición de gasto años 2010 y 2011:
Visitantes a Campiña de Moche y Huaca de la Luna dispuestos a gastar en itinerario
artesanal y almuerzo US\$ 31 a más los extranjeros y S/ 31 a más los nacionales**



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el Proyecto Base

6. CUMPLIMIENTO DE PRINCIPALES INDICADORES

Para calificar el logro de la meta propuesta de los indicadores planteados en el Proyecto, para el fin y propósito, se usó la tabla que se presenta en el Cuadro N° 27.

**Cuadro N° 27
Calificación final de las variables evaluadas**

Nivel de calificación	Logro (%)
Muy bueno (lograda)	100 ó más
Bueno	75 < 100
Aceptable	50 < 75
Bajo	25 < 50
No logrado	< 25

Fuente: Elaboración propia

En el Cuadro N° 28 se presenta el nivel logrado de las metas propuestas por el Proyecto, para el Fin y Propósito⁴. Para evaluar se han comparado los resultados del estudio de Línea de Base y del estudio de Evaluación de Impacto.

Con relación a las metas del fin, el proyecto planteó incrementar el empleo neto y mejorar el ingreso de los trabajadores de la Campiña de Moche, para ello se propuso los siguientes indicadores: ingreso por actividad promovida en empresarios, artesanos y empleados; metas: incrementar en 20% el ingreso en soles en el caso de los empresarios, en los artesanos en 12.5% y en los empleados el 128%.

En cuanto al logro alcanzado en el incremento del ingreso de los empresarios, se superó la meta planteada en 19.1%, pues de S/. 3876.40 se pasó a S/.5,540.00 lo que significa que la meta alcanzada fue de 119.1%. Respecto al incremento de ingreso de los artesanos, este ha sido realmente notable pues la meta se sobrepasó en 109.9%, en tanto el ingreso paso de S/. 1,268 a S/. 2,994.00 (es decir la meta alcanzada fue de 209.9%). El logro en el caso de los empleados no ha sido igual, pues solamente se llegó al 57.6% de la meta planteada, el ingreso mensual paso de S/. 277.50 a S/. 364.4

La meta referida a nivel de empleo, que planteaba incrementar el N° de empleos en 120, solamente se logró al 82%, pues se esperaba subir de 155 empleos medidos en la Línea de Base a 275 y se incrementaron a 226.

Con respecto a las metas propuestas del propósito, el Proyecto planteó desarrollar y consolidar el producto turístico Huacas y Campiña de Moche con inclusión de la población local, aumentando el ingreso turístico en la Campiña de Moche determinado por: a) el incremento del flujo turístico en el 10% anual, b) el incremento de permanencia de los turistas en la Campiña de Moche de 0.1 a 0.2 días y c) el aumento de su gasto de US\$ 8 a US\$ 20 para los turistas extranjeros y de S/. 15 a S/. 30 para los turistas nacionales.

El logro con relación al incremento de flujo turístico se tiene que la meta planteada se superó pues se logró el 111.4%, es decir 11.4% por encima de la meta. También se ha dado un logro interesante en cuanto a incrementar el tiempo de permanencia del turistas en la Campiña medido en horas, se incrementó de 1.5 a 2.8 horas, lo cual significa el 93.3 % de la meta planteada.

En cuanto a la meta referida a disposición de gasto de los visitantes, en el caso de los extranjeros no se logró la meta pues solo hubo un avance de 20.5% respecto a lo planteado, mientras que en el caso de visitantes nacionales el comportamiento fue mejor ya que se alcanzó el 79.5% de la meta planteada.

En resumen y de acuerdo a la calificación de los ocho indicadores evaluados, se tiene que tres (ingreso de empresarios, ingreso de artesanos y flujo turístico) tienen un “Muy buen nivel de logro”, mientras que los indicadores de empleo por actividad promovida, tiempo de permanencia del visitantes en la Campiña y disposición de gasto del visitante nacional tienen un nivel de logro “bueno”. El indicador de ingreso de

⁴ En el cuadro anterior no se están incluyendo los indicadores de “Número de personas que reciben servicios de capacitación” considerados en el Marco Lógico del proyecto en el nivel de Impacto, pues consideramos que éstos son más bien indicadores de cobertura.

empleados ha tenido un logro de nivel “aceptable” y la meta que no se ha logrado se refiere al indicador de disposición de gasto de los visitantes extranjeros.

Cuadro N° 28
Cumplimiento de indicadores de impacto y efecto propuestos en el Proyecto

Tipo	Objetivo	Variable	Indicadores verificables propuestos en el Proyecto						
			Descripción	Unidad medida	Inicio del Proyecto	Meta final		Logro de Meta	
						Propuesta	Lograda	(%)	Calificación
IMPACTO	Incrementar el empleo neto y mejorar el ingreso de los trabajadores en la Campaña de Moche.	Nivel de ingreso	Ingreso por actividad promovida						
			- Empresarios	Miles S/.	3,876.40	4,651.7 (20%+)	5,540.0	119.1	Muy buena
			- Artesanos	Miles S/.	1,268.00	1426.5 (12.5%+)	2,994.00	209.9	Muy buena
			- Empleados	Miles S/.	277.50	632.7 (128%+)	364.4	57.6	Aceptable
		Nivel de empleo	Empleo por actividad promovida (*)	N°	155	275 (120+)	226	82%	Buena
EFECTO	Desarrollar y consolidar el producto turístico Campaña de Moche con inclusión de la población local	Nivel de ingreso turístico	Flujo turístico	N°	103,643	114,007.3 (10%+)	126,989	111.4	Muy buena
			Tiempo de permanencia de turistas en Campaña	Horas	1.5	3.0 (*100%+)	2.8	93.3	Buena
		Disposición al gasto							
		- Visitantes extranjeros	% con disposición de gastar \$.31 a +		43,2%	100%	20.5%	20.5	No lograda
		- Visitantes nacionales	% con disposición de gastar S/.31 a +		69,5%	100%	52.6%	52.6	Buena

(*) Considera los empleos generados a nivel de empresarios y artesanos.

Fuente: Elaboración propia

7. SOSTENIBILIDAD EN EL LARGO PLAZO

La propuesta general del proyecto ha sido lograr que las Huacas del Sol y la Luna pasen de ser un “atractivo turístico” a ser un “producto turístico”, para ello plantearon mejorar la oferta del sitio arqueológico propiamente dicho, del Museo de sitio, de la artesanía y de la gastronomía en la campiña de Moche.

Se puede afirmar que el carácter de “producto turístico” de la Huaca está en proceso de consolidación, en la medida que aun cuando el proyecto no ha logrado todas sus metas, los avances alcanzados en el funcionamiento del Museo de sitio, en nuevos descubrimientos arqueológicos, en el mejoramiento de la oferta gastronómica y artesanal y en el fortalecimiento de capacidades de los diferentes actores involucrados en el proyecto están bien encaminados y han contribuido al posicionamiento de La Huaca como un “producto turístico” cada vez más atractivo en el circuito turístico del Norte del país.

Las intensas acciones del proyecto para promocionar Las Huacas como destino, factor reconocido como determinante para el incremento de turistas por los actores entrevistados, se articulan con la inserción de Las Huacas en un circuito turístico en expansión como es el del Norte, que está siendo fuertemente apuntalado por organismos competentes del sector turístico como PROMPERU y en ello radica principalmente la sostenibilidad de los logros alcanzados. Si el flujo de turistas sigue la tendencia incremental de los últimos años, la oferta actual de servicios en la Campiña de Moche tendrá también mayor demanda.

Por otra parte, la administración privada del sitio arqueológico es una ventaja en la medida que permite una mayor flexibilidad para la gestión del sitio, como es el caso de considerar el costo de guiado en el precio del ticket de entrada, de esta manera los turistas solamente pueden entrar en compañía de un guía, lo cual evita el deterioro del sitio (graffitis y otros daños que pueden ocasionar los turistas). Por otra parte este tipo de administración también abre mayores posibilidades de captar financiamiento diversificado para seguir fortaleciendo el desarrollo del “producto turístico” Huaca de la Luna.

En términos más específicos la sostenibilidad de los establecimientos (restaurantes y ramadas) apoyados por el proyecto, podría decirse que tiene buenas perspectivas, en la medida que se ha logrado fortalecer las capacidades de gestión, técnicas y administrativas de los empresarios y se ha avanzado en la formalización, mejorando así los estándares de los establecimientos, a ello se suman los cambios en infraestructura y equipamiento de los mismos, todo ello determina que estén en condiciones óptimas para atender a más cantidad de clientes y con demandas de productos de calidad. Por otra parte, si acaso hubiera problemas con el flujo de turistas nacionales y extranjeros, podrían continuar funcionando con los clientes locales.

En el caso de la sostenibilidad de los productores de artesanía, aquellos negocios que están más consolidados tienen buenas perspectivas, en tanto ya no dependen solamente de las ventas en su taller o en la Plaza de venta de artesanías de La Huaca, sino que se han articulado a negocios de ventas en Trujillo o en otros lugares y

otros están realizando ventas corporativas de algunos productos. No obstante se debe señalar que entre los negocios de artesanía existe una gran heterogeneidad no solamente por el tamaño del negocio sino también por el tipo de producto, aquellos negocios más pequeños y cuya calidad de producto todavía tiene que mejorar, requieren un tiempo mayor para consolidarse.

Cabe mencionar que en el caso de la artesanía, su sostenibilidad está fuertemente vinculada al flujo turístico en la zona, porque actualmente las ventas de la mayoría de los negocios se hacen en su propio taller o en la Plaza de artesanía de la Huaca.

8. CONCLUSIONES

- El carácter de “producto turístico” de la Huaca está en proceso de consolidación, en la medida que los avances alcanzados en el funcionamiento del Museo de sitio, en nuevos descubrimientos arqueológicos, en el mejoramiento de la oferta gastronómica y artesanal y en el fortalecimiento de capacidades de los diferentes actores involucrados en el proyecto están bien encaminados y han contribuido al posicionamiento de La Huaca como un “producto turístico” cada vez más atractivo en el circuito turístico del Norte del país.
- Se ha logrado incrementar el número de empleos en las unidades empresariales apoyadas (establecimientos de venta de comida y talleres artesanales) en un 82% respecto a lo medido en la Línea de Base. Con las mejoras en cuanto a gestión, administración y comercialización así como en la infraestructura de estas unidades, se espera que la calidad del empleo generado sea mejor.
- Articulado a lo anterior está el incremento de los ingresos de los empresarios de establecimientos, artesanos y empleados de establecimientos, lo cual es congruente con el incremento del gasto en sus hogares, un indicador potente en tanto este suele ser utilizado para dar cuenta de mejora en la calidad de vida, es el caso del INEI.
- En cuanto al nivel de ingreso turístico, lo más notable es el incremento del flujo turístico, que de acuerdo a la opinión de los entrevistados responde fundamentalmente al funcionamiento del Museo de Sitio, a los nuevos descubrimientos arqueológicos y a la promoción de la Huaca realizada por el proyecto, aunque también hay que añadir que ello se debe a la promoción intensa que realiza PROMPERU de la Ruta Moche de la cual es parte la Huaca de la Luna. El proyecto ha tenido como aliado a esta institución. Es también destacable el incremento del tiempo de permanencia de los turistas en la zona, debido a las mejoras realizadas en el sitio, al funcionamiento del Museo y a la oferta de artesanía y gastronomía (oferta que necesita mejorar en algunos aspectos, especialmente lo referido a mayor número de días de atención de los restaurantes y ramadas).
- En resumen se puede afirmar que el proyecto ha tenido logros importantes y que si en el período de ejecución algunos indicadores no han logrado la meta esperada otros la han superado. Estos avances permiten prever que el proceso de consolidación del producto turístico Huaca de la Luna iniciado con el proyecto continuará y se consolidará.

ANEXO 1

FOTOGRAFIAS



Foto 1: Festival Gastronómico organizado en la Huaca



Foto 2: Cocina implementada con vajilla nueva y lavatorios



Foto 3: Cocina implementada con lavatorios de metal



Foto 4: Ampliación de número de mesas en ramada

ANEXO 2

RELACIÓN DE ENCUESTAS

Cuadro Anexo Nro 1	
Empresarios de establecimientos	
1	Jorge Alberto Asmat Vega
2	Mariela Rabanal de Kong
3	Renzo Brando García Sánchez
4	Jorge Javier Obeso Varas/Jorge Javier Obeso Orbegoso
5	Mariana Vergara de Asmat
6	Arnildo Otiniano Moya
7	Ana María Sánchez Azabache
8	Eva Beatriz Azabache Asmat
9	Luis Loyaza Rebaza
10	María Faustina Holguín Azabache
11	Marc o Antonio Asmat Vega
12	Manuel Jesús Asmat Palomino
13	Sigüeñaz de Asmat María Esther
14	Isabel García Centeno
15	Asmat Vásquez Edwin Rolando
16	Manuela Miranda Pimunchumo
17	Ubaldo Cruz Azabache
18	Rosa Anhuamán Mendoza

Cuadro Anexo Nro 2	
Empresarios de Establecimientos	
1	Juana Fernández Rebaza
2	Lidia Isabel Holguín Alvarado
3	Leonila Holguín Alvarado
4	Liliana Holguín Alvarado
5	Adela Holguín Alvarado
6	Marina De La Cruz Alvarado Holguín
7	Doris Elcira Asmat Azabache
8	Alex Vásquez Anhuamán
9	Daniel Alejandro Castro Biminchumo
10	Rosa Elvira Asmat Asmat
11	Rocío del Pilar Asmat Asmat
12	Carmen Mavel Castro Castillo
13	Violeta Vilchez de Zevallos
14	Lily Flores Rubio
15	María Edith Muñoz Sánchez
16	Nelson Flavio Mendoza Sánchez
17	Oscar Centeno Ñique
18	Elias Miranda Anticona
19	Jesús Enco García
20	Julio Urbina Lara
21	Jorge Ovalle Valera
22	Juan Manuel Espejo Araujo
23	Carlos García Vásquez
24	Aracely Laxmi García Rosales
25	Juan Martínez Calderón
26	Segundo Evaristo García Vásquez
27	Victoria Estela Palomino
28	Liliana Carolina Espíritu Estela

Cuadro Anexo Nro 4	
Empleados de Establecimientos	
1	Abigail Laurent Huaccha Holguín
2	Margarita Angélica Layza Sifuentes
3	Marina Esther Meregildo Silvestre
4	Paula Leonila Sánchez Azabache
5	Edita Virginia Rodríguez Sánchez
6	Jeny Vásquez Murga
7	Irma Rodríguez Rodríguez
8	Elsa Rojas Asmat
9	Alan Flores Rabanal
10	Vanessa Rivasplata Rodríguez
11	Gian Carlo Quevedo Porras
12	Nélida Medina Vásquez
13	José Mendoza Alvarez
14	Dani Cabellos Balladares
15	Katherine "Sifuentes Luján
16	Milagros Asmat Contreras
17	Deysi Llajaruna Ñique
18	Celmira Villalobos Cruz
19	Luisa Vega Sancho
20	Natividad Estrada Córdova

Cuadro Anexo Nro. 5

Profesionales y Conductores Locales

Arqueólogos

- 1 Ronny Lademir Vega Azabache
- 2 Luis Enrique Zavaleta Paredes
- 3 Moisés de los Ángeles Tufinio Colquichicón

Conservadores

- 1 César Alfredo Velásquez Seminario
- 2 Migueo Asmat Valverde
- 3 César Luis Córdova Espinoza
- 4 Wilder Mostacero Díaz
- 5 Manuel Asmat Sánchez

Guías de Turismo

- 1 Thalia Ganoza Quezada
- 2 Enith León Cáceres
- 3 Liliana Briceño Gutiérrez
- 4 Rosmery Ascoy -alcantara
- 5 Yehimy Toribio Roldán
- 6 Wilmer Rodríguez Nimbama
- 7 Cinthia García León
- 8 Itala Mori Borbor
- 9 Senovia Rodríguez García
- 10 Ruth Mery Vigo Huaripata

Conductores Locales

- 1 Alex Clavo Cruz
 - 2 Faustina Anhuamán Azabache
 - 3 Flor Patricia Vásquez Pereda
 - 4 Dora Julia Asmat Lacherre
 - 5 Vicky Alvarado Córdova
-

ANEXO 3

FORMULARIOS DE ENCUESTAS

FONDO EMPLEO						
ENCUESTA: Estudio de Evaluación Impacto						
PROYECTO: Generación de empleo y mejora de ingresos consolidando el producto turístico "Huacas de Moche"						
Entidad ejecutora: Patronato Huacas del Valle de Moche			Encuesta N°			
LOCALIZACION: Departamento: La Libertad		Provincia: Trujillo		Distrito: Moche		
Tipo de establecimiento: Restaurant Ramada						
I. DATOS GENERALES DEL BENEFICIARIO						
Datos del establecimiento: Razón Social:						
Actividad económica: ¿Desde cuándo funciona? Mes Año						
Dirección: Teléfono:						
Datos del propietario: Nombre:						
Edad:años Sexo: Estado civil:						
Grado de instrucción (¿qué nivel?): ninguno Primaria: Secundaria: Superior:						
¿Desde cuándo participa en el Proyecto? Mes Año						
II. INFORMACION: FAMILIA, EMPLEO, INGRESOS Y GASTOS						
Personas que conforman el hogar						
Nombre	Relación con jefe del hogar	Edad	Sexo	Nivel de educación	Ocupación principal	
Personas que producen ingresos al hogar (mensual o anual)						
Nombre	Antes del Proyecto			Ahora		
	¿En qué actividad?	¿Cuánto tiempo ?	¿Cuánto ganó? (S/.)	¿En qué actividad?	¿Cuánto tiempo?	¿Cuánto ganó? (S/.)
Gastos promedio mensual del hogar (S/.)						
Concepto				Antes del Proyecto	Ahora	
Alimento:						
-Auto consumo (1)						
-Comprado						
Combustible para cocina (leña, kerosene, gas, etc.)						
Movilidad del beneficiario y familia						
Bienes (productos de limpieza, vestido, otros)						
Servicios (salud, educación, electricidad, teléfono, etc.)						
Otros (alquiler de vivienda y otros)						
(1) = Valorizado a precios de mercado						
Ingresos del beneficiario						
Fuentes de ingreso del beneficiario	Antes del proyecto		Ahora			
	Dedicación % del tiempo	Ingreso (S/. por mes)	Dedicación % del tiempo	Ingreso (S/. por mes)		
En el negocio de comida que apoya el Proyecto						
En otras actividades:						

III. MIGRACIÓN (Miembros del hogar que migraron)				
Persona que migró	Antes del Proyecto		Ahora	
	¿A donde?	¿Por que motivo? (educación, trabajo, familiar)	¿A dónde?	¿Por qué motivo? (educación, trabajo, familiar)

IV. CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA			
Concepto	Antes del Proyecto		Ahora
Material predominante	Paredes de:		Paredes de:
	Techo de:		Techo de:
	Piso de:		Piso de:
Número de habitaciones			
Tipo de alumbrado (vela, lámpara, electricidad)			
Tipo de baño (no tiene, letrina, en vivienda)			
Combustible para cocina (leña, gas)			
Principales problemas para obtener el combustible para cocina			
Fuente de agua para consumo (pozo, camión cisterna, domicilio no potable, domicilio potable)			
Principales problemas para obtener el agua para consumo del hogar			
Artefactos eléctricos y servicios con que cuenta	Radio TV Equipo de música.....		Radio TV Equipo de música.....
	DVD Refrigeradora Teléfono fijo		DVD Refrigeradora Teléfono fijo
	Teléfono celular Computadora		Teléfono celular Computadora
	Internet TV por cable		Internet TV por cable

V. CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO				
Características generales del negocio	Antes del proyecto	Ahora		
Propiedad del local (propio, alquilado, de un familiar)				
Tiempo que posee el negocio (años o meses)				
Estado legal del negocio (formal, en trámite, informal)				
Registros del negocio (contabilidad con contador, registros de ingresos y gastos de la SUNAT, cuaderno de apuntes, no lleva ningún tipo de cuentas)				
Días a la semana que abre el negocio				
Si el negocio es de temporada: meses de temporada alta				
meses de temporada baja				
Características del local	Antes del proyecto	Ahora		
Material predominante	Paredes de:		Paredes de:	
	Techo de:		Techo de:	
	Piso de:		Piso de:	
Tipo de alumbrado (lámpara, electricidad)				
Posee agua y desagüe (propia, red pública)				
Servicios higiénicos: sólo único o para hombres y mujeres				
paredes de cemento o enchapado con mayólicas				
Combustible para cocina (leña, leña y gas, gas)				
Capacidad o aforo (número de clientes)				
Activo de propiedad del beneficiario (local, mesas, sillas, cocina, equipos de cocina, menaje, refrigeradora, congeladora, televisor, etc.)				
Descripción del bien	Antes del Proyecto		Ahora	
	Número	Valor (S/.)	Número	Valor (S/.)
Principales problemas del local y su equipamiento (alguna deficiencia del local, falta de algún equipo de cocina, conservación o servicio, etc.)				

Personal	Antes del Proyecto		Ahora	
	Concepto	Número	Remuneración semanal (S/.)	Número
Administrador y/o propietario				
Personal fijo				
Cocineros				
Ayudantes de cocina				
Mozos				
Personal eventual (en días puntas)				
Cocineros				
Ayudantes de cocina				
Mozos				
Principales problemas (escases de personal, falta de personal con experiencia, mucha rotación del personal, etc.)				

VI. INFORMACIÓN SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO

Concepto	Antes del proyecto	Ahora
¿Cuántos tipos de plato elabora por día? (número)		
¿Cuántas raciones elabora por día? (número)		
¿Cuánto gasta promedio semanal para la elaboración de la comida? (S/.)		
¿Cuánto gasta promedio semanal para el abastecimiento de bebidas? (S/.)		
¿Cuánto es el promedio del ingreso semanal por sus ventas? (S/.)		
¿En cuanto estima su utilidad? (%)		
Capital de trabajo que posee: Capital propio (S/.)		
Capital de terceros (S/.)		
¿Tiene acceso al crédito? (banco, Caja Municipal, Cooperativa, etc.)		
Tipos de clientes: Pobladores locales (%)		
Turistas nacionales (%)		
Turistas extranjeros (%)		
Prácticas sanitarias que realiza:		
Sanitiza los utensilios de trabajo		
Sanitiza las áreas y superficies de trabajo		
Aplica normas de sanidad para manipular los productos alimenticios		
Etiqueta los productos		
Controla temperatura de los productos		
Usa jabón líquido		
Usa dispensador de papel		
El personal usa uniforme		
Cuenta con carta de platos y bebidas		
Utiliza comanda y/o algo equivalente		
Realiza mantenimiento del local		
Realiza desinfecciones del local		
Realiza limpieza y desinfección de mesas y sillas		
Publicidad y marketing:		
Usa carteles		
Hace promociones de productos		
Realiza publicidad por periódico y/o radio		
Otros tipo de publicidad		
Principales problemas del funcionamiento (dificultad para conseguir los insumos, problemas con clientes, dificultad para algunas prácticas sanitarias, problemas con la publicidad, etc)		

VII. OPINIÓN SOBRE EL TURISMO

Concepto	Antes del proyecto	Ahora
¿En cuánto tiempo estima la permanencia del turista en la zona? (horas)		
¿Cuáles cree que son los principales problemas para el turista?		
En los dos últimos años considera que el número de turistas aumentó o disminuyó? (¿en qué porcentaje?)		
Si el número de turistas aumentó, a qué cree que se deba?: mejora de servicios, promociones, funcionamiento del museo de sitio, existencia de guías, nuevos descubrimientos de restos arqueológicos, etc.)		
Si existe aumento de turistas en que forma cree que le ha favorecido o no? (más clientes, más trabajo, mayores ingresos, etc.)		

VIII. OPINIÓN SOBRE LAS CAPACITACIONES REALIZADAS POR EL PROYECTO DEL PATRONATO, QUE ASISTIÓ

Capacitaciones a los que asistió	Esta aplicando las enseñanzas		
	SI	NO	¿Por qué? (sólo si contestó NO)
Curso y/o talleres			
-			
-			
-			
-			
-			
-			
-			
-			

IX. QUÉ RESULTADO CREE HABER OBTENIDO POR LA APLICACIÓN DE LO ENSEÑADO POR EL PROYECTO

Concepto	Ninguna	Poco	Bastante	¿Por qué?
En producción:				
-Aumento de producción				
-Diversificación de producción				
-Métodos para proporcionar los alimentos				
-Mejora en la calidad del producto				
-Mejorar la sanidad de los alimentos				
-Disminuir costos				
-Otros				
En comercialización:				
-Mejora en la presentación del producto				
-Realizar promociones y marketing				
-Elaboración de la carta				
-Mejores precios				
-Otros				
En gestión y administración:				
-Organización de la producción				
-Elaboración de costos				
-Registros de producción y ventas				
-Identificación de proveedores				
-Identificación de fuentes de financiamiento				
-Otros				

X. OPINIÓN SOBRE EL PROYECTO DEL PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE (Fondoempleo)

Cree que el Proyecto ha sido beneficioso para usted: Si No

Por qué?

Si considera que sus ingresos han mejorado, ¿en que porcentaje?

En que ha gastado sus mayores ingresos (inversiones en el negocio, mejora de la vivienda, educación de hijos, aumento de del consumo del hogar, compra de artefactos eléctricos para el hogar, adquisición de inmuebles,etc.)

Si considera que el uso de mano de obra en el negocio ha aumentado, en que cantidad?:

Que recomendaría para mejorar el desempeño del proyecto?

XI. INFORMACIÓN SOBRE OTROS PROYECTOS DISTINTOS AL DE PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE

En los últimos 12 meses ha sido beneficiario de otros proyectos: Si No

Nombre del o los Proyecto:

Recibió capacitación: NoSi En que temas?

Qué otros beneficios ha recibido?

Firma del encuestado

Nombre del encuestador

Fecha

FONDO EMPLEO						
ENCUESTA: Estudio de Evaluación Impacto						
PROYECTO: Generación de empleo y mejora de ingresos consolidando el producto turístico "Huacas de Moche"						
Entidad ejecutora: Patronato Huacas del Valle de Moche			Encuesta N°			
LOCALIZACION: Departamento: La Libertad		Provincia: Trujillo		Distrito: Moche		
Tipo de actividad: Artesanía						
I. DATOS GENERALES DEL ARTESANO (A)						
Nombre de la productora (a)						
Edad:años			Estado civil:			
Grado de instrucción (¿qué nivel?): ninguno Primaria: Secundaria: Superior:						
¿Desde cuándo participa en el Proyecto? Mes Año						
II. INFORMACION: FAMILIA, EMPLEO, INGRESOS Y GASTOS						
Personas que conforman el hogar						
Nombre	Relación con jefe del hogar	Edad	Sexo	Nivel de educación	Ocupación principal	
Personas que producen ingresos al hogar (mensual o anual)						
Nombre	Antes del Proyecto			Ahora		
	¿En qué actividad?	¿Cuánto tiempo?	¿Cuánto ganó? (S/.)	¿En qué actividad?	¿Cuánto tiempo?	¿Cuánto ganó? (S/.)
Gastos promedio mensual del hogar (S/.)						
Concepto	Antes del Proyecto		Ahora			
	Alimento:					
	-Auto consumo (1)					
	-Comprado					
	Combustible para cocina (leña, kerosene, gas, etc.)					
	Movilidad del beneficiario y familia					
	Bienes (productos de limpieza, vestido, otros)					
	Servicios (salud, educación, electricidad, teléfono, etc.)					
Otros (alquiler de vivienda y otros)						
(1) = Valorizado a precios de mercado						
Ingresos del beneficiario						
Fuentes de ingreso del beneficiario	Antes del proyecto		Ahora			
	Dedicación % del tiempo	Ingreso (S/ por mes)	Dedicación % del tiempo	Ingreso (S/ por mes)		
En el negocio de artesanía que apoya el Proyecto						
En otras actividades:						

III. MIGRACIÓN (Miembros del hogar que migraron)					
Persona que migró	Antes del Proyecto		Ahora		
	¿A donde?	¿Por que motivo? (educación, trabajo, familiar)	¿A dónde?	¿Por qué motivo? (educación, trabajo, familiar)	
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA					
Concepto	Antes del Proyecto		Ahora		
Material predominante	Paredes de:		Paredes de:		
	Techo de:		Techo de:		
	Piso de:		Piso de:		
Número de habitaciones					
Tipo de alumbrado (vela, lámpara, electricidad)					
Tipo de baño (no tiene, letrina, en vivienda)					
Combustible para cocina (leña, gas)					
Principales problemas para obtener el combustible para cocina					
Fuente de agua para consumo (pozo, camión cisterna, domicilio no potable, domicilio potable)					
Principales problemas para obtener el agua para consumo del hogar					
Artefactos eléctricos y servicios con que cuenta	Radio TV Equipo de música.....		Radio TV Equipo de música.....		
	DVD Refrigeradora Teléfono fijo		DVD Refrigeradora Teléfono fijo		
	Teléfono celular Computadora		Teléfono celular Computadora		
	Internet TV por cable		Internet TV por cable		
V. INFORMACIÓN SOBRE LA PRODUCCIÓN DE ARTESANÍA					
Tipo de artesanía que produce (cerámica, tejidos, otros)	Productos que produce	Producción promedio por mes			
		Antes del Proyecto		Ahora	
		Unidades producidas	Costo Unit. promedio (S/.)	Unidades producidas	Costo Unit. promedio (S/.)
Principales problemas de producción (escases de materia prima, materia prima cara, falta de asesoría técnica, falta de financiamiento, falta de equipo, etc.)					
Problemas	Antes del Proyecto		Ahora		
Tiempo promedio que dedica a la artesanía	Antes del Proyecto	Ahora			
Horas promedio por día					
Días promedio a la semana					

VI. INFORMACIÓN SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES				
Productos que vende	Venta promedio mensual			
	Antes del Proyecto		Ahora	
	Cantidad (unidades)	Precio promedio de venta unitario (S/.)	Cantidad (unidades)	Precio promedio de venta unitario (S/.)
¿Qué hace con lo que no logra vender? (Lo guarda, lo utiliza, lo regala, etc.)		Antes del Proyecto	Ahora	
Principales problemas de comercialización (baja calidad, excesiva competencia, precios bajos, poca demanda, abuso de intermediarios, etc.)				
Problemas		Antes del Proyecto		Ahora
Principales lugares de venta		Principales clientes		
Lugares	%	Clientes	%	
Puntos de venta turísticos		Turistas nacionales		
Ferias distritales		Turistas extranjeros		
Ferias regionales		Intermediarios		
Mercado de abastos		Empresas		
Otros		Otros.....		
Calendario de ventas				
Concepto		Principales meses		
Meses de mayor venta				
Meses de menor venta				
VII. OPINIÓN SOBRE EL TURISMO				
Concepto		Antes del proyecto	Ahora	
¿En cuánto tiempo estima la permanencia del turista en la zona? (horas)				
¿Cuáles cree que son los principales problemas para el turista?				
En los dos últimos años considera que el número de turistas aumentó o disminuyó? (¿en qué porcentaje?)				
Si el número de turistas aumentó, a qué cree que se deba?: mejora de servicios, promociones, funcionamiento del museo de sitio, existencia de guías, nuevos descubrimientos de restos arqueológicos, etc.				
Si existe aumento de turistas en que forma cree que le ha favorecido o no? (más clientes, más trabajo, mayores ingresos, etc.)				

VIII. OPINIÓN SOBRE LAS CAPACITACIONES REALIZADAS POR EL PROYECTO DEL PATRONATO, QUE ASISTIÓ					
Capacitaciones a los que asistió	Esta aplicando las enseñanzas				
	SI	NO	¿Por qué? (sólo si contestó NO)		
Curso y/o talleres					
-					
-					
-					
-					
-					
-					
-					
-					
-					
IX. QUÉ RESULTADO CREE HABER OBTENIDO POR LA APLICACIÓN DE LO ENSEÑADO POR EL PROYECTO					
Concepto	Ninguna	Poco	Bastante	¿Por qué?	
En producción:					
-Aumento de producción					
-Diversificación de producción					
-Mejora en la calidad del producto					
-Uso de nuevas técnicas de producción					
-Control de calidad					
-Disminución de costos					
-Otros					
En comercialización:					
-Mejora en la presentación del producto					
-Conocimiento de canales de comercialización					
-Control de calidad					
-Identificación de nuevos mercados					
-Mejores precios					
-Otros					
En gestión y administración:					
-Organización de la producción					
-Elaboración de costos					
-Registros de producción y ventas					
-Identificación de proveedores					
-Identificación de fuentes de financiamiento					
-Otros					
X. OPINIÓN SOBRE EL PROYECTO DEL PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE (Fondoempleo)					
Cree que el Proyecto ha sido beneficioso para usted: Si No					
Por qué?					
Si considera que sus ingresos han mejorado, ¿en que porcentaje?					
En que ha gastado sus mayores ingresos (inversiones en el negocio, mejora de la vivienda, educación de hijos, aumento de del consumo del hogar, compra de artefactos eléctricos para el hogar, adquisición de inmuebles,etc.)					
Si considera que el uso de mano de obra en el negocio ha aumentado, en que cantidad?:					
Que recomendaría para mejorar el desempeño del proyecto?					
XI. INFORMACIÓN SOBRE OTROS PROYECTOS DISTINTOS AL DE PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE					
En los últimos 12 meses ha sido beneficiario de otros proyectos: Si No					
Nombre del o los Proyecto:					
Recibió capacitación: No Si En que temas?					
Qué otros beneficios ha recibido?					
Firma del encuestado					
Nombre del encuestador					
Fecha					

FONDO EMPLEO						
ENCUESTA: Estudio de Evaluación Impacto						
PROYECTO: Generación de empleo y mejora de ingresos consolidando el producto turístico "Huacas de Moche"						
Entidad ejecutora: Patronato Huacas del Valle de Moche					Encuesta N°	
LOCALIZACION: Departamento: La Libertad Provincia: Trujillo Distrito: Moche						
Tipo de Actividad: Conductor Local.....						
I. DATOS GENERALES DEL BENEFICIARIO						
Datos del Entrevistado: Nombre:						
Ocupación:						
Edad:años Sexo: Estado civil:						
Grado de instrucción (¿qué nivel?): ninguno Primaria: Secundaria: Superior:						
¿Desde cuándo participa en el Proyecto? Mes Año						
II. INFORMACION: FAMILIA, EMPLEO, INGRESOS Y GASTOS						
Personas que conforman el hogar						
Nombre	Relación con jefe del hogar	Edad	Sexo	Nivel de educación	Ocupación principal	
Personas que producen ingresos al hogar (mensual o anual)						
Nombre	Antes del Proyecto			Ahora		
	¿En qué actividad?	¿Cuánto tiempo ?	¿Cuánto ganó? (S/.)	¿En qué actividad?	¿Cuánto tiempo?	¿Cuánto ganó? (S/.)
III. OPINIÓN SOBRE EL TURISMO						
Concepto			Antes del proyecto	Ahora		
¿En cuánto tiempo estima la permanencia del turista en la zona? (horas)						
¿Cuáles cree que son los principales problemas para el turista que visita la zona?						
En los dos últimos años considera que el número de turistas aumentó o disminuyó? (¿en qué porcentaje?)						
Si el número de turistas aumentó, a qué cree que se deba?: mejora de servicios, promociones, funcionamiento del museo de sitio, existencia de guías, nuevos descubrimientos de restos arqueológicos, etc.)						
Si existe aumento de turistas en que forma cree que le ha favorecido o no?						

IV. OPINIÓN SOBRE LAS CAPACITACIONES REALIZADAS POR EL PROYECTO DEL PATRONATO, QUE ASISTIÓ					
Capacitaciones a las que asistió	Esta aplicando las enseñanzas				
	SI	NO	¿Por qué? (sólo si contestó NO)		
Curso y/o talleres					
-					
-					
-					
-					
-					
-					
-					
-					
-					

V. QUÉ RESULTADO CREE HABER OBTENIDO POR LA APLICACIÓN DE LO ENSEÑADO POR EL PROYECTO					
Concepto	Ninguna	Poco	Bastante	¿Por qué?	

VI. OPINIÓN SOBRE EL PROYECTO DEL PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE (Fondoeempleo)

Cree que el Proyecto ha sido beneficioso para usted: Si No

Por qué?

Si considera que sus ingresos han mejorado, a partir de su participación en el proyecto ¿en que porcentaje?

En que ha gastado sus mayores ingresos (inversiones en el negocio, mejora de la vivienda, educación de hijos, aumento de del consumo del hogar, compra de artefactos eléctricos para el hogar, adquisición de inmuebles,etc.)

Si considera que el uso de mano de obra en el negocio ha aumentado, en que cantidad?:

Que recomendaría para mejorar el desempeño del proyecto?

VII. INFORMACIÓN SOBRE OTROS PROYECTOS DISTINTOS AL DE PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE

En los ultimos 12 meses ha sido beneficiario de otros proyectos: Si No

Nombre del o los Proyecto:

Recibió capacitación: NoSi En que temas?

Qué otros beneficios ha recibido?

Firma del encuestado

Nombre del encuestador

Fecha

FONDO EMPLEO				
ENCUESTA: Estudio de Evaluación Impacto				
PROYECTO: Generación de empleo y mejora de ingresos consolidando el producto turístico "Huacas de Moche"				
Entidad ejecutora: Patronato Huacas del Valle de Moche				Encuesta N°
LOCALIZACION: Departamento: La Libertad		Provincia: Trujillo	Distrito: Moche	
Tipo de Actividad: Arqueólogo..... Conservador..... Guía de Turismo				
I. DATOS GENERALES DEL BENEFICIARIO				
Datos del Entrevistado: Nombre:				
Ocupación:				
Edad:años Sexo: Estado civil:				
Grado de instrucción (¿qué nivel?):				
¿Desde cuándo participa en el Proyecto? Mes Año				
II. OPINIÓN SOBRE EL TURISMO				
Concepto		Antes del proyecto	Ahora	
¿En cuánto tiempo estima la permanencia del turista en la zona? (horas)				
¿Cuáles cree que son los principales problemas para el turista que visita la zona?				
En los dos últimos años considera que el número de turistas aumentó o disminuyó? (¿en qué porcentaje?)				
Si el número de turistas aumentó, a qué cree que se deba?: mejora de servicios, promociones, funcionamiento del museo de sitio, existencia de guías, nuevos descubrimientos de restos arqueológicos, etc.)				
Si existe aumento de turistas en que forma cree que le ha favorecido o no?				
III. QUÉ RESULTADO CREE HABER OBTENIDO POR LA APLICACIÓN DE LO ENSEÑADO POR EL PROYECTO				
Concepto	Ninguna	Poco	Bastante	¿Por qué?
IV. OPINIÓN SOBRE EL PROYECTO DEL PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE (Fondoempleo)				
Cree que el Proyecto ha sido beneficioso para usted: Si No				
Por qué?				
Si considera que sus ingresos han mejorado, a partir de su participación en el proyecto ¿en que porcentaje?				
En que ha gastado sus mayores ingresos (inversiones en el negocio, mejora de la vivienda, educación de hijos, aumento de del consumo del hogar, compra de artefactos eléctricos para el hogar, adquisición de inmuebles, etc.)				
Si considera que el uso de mano de obra en los negocios de la zona ha aumentado, en que cantidad?:				
Que recomendaría para mejorar el desempeño del proyecto?				
.....				
V. INFORMACIÓN SOBRE OTROS PROYECTOS DISTINTOS AL DE PATRONATO HUACAS DEL VALLE DE MOCHE				
En los últimos 12 meses ha sido beneficiario de otros proyectos: Si No				
Nombre del o los Proyecto:				
Recibió capacitación: No Si En que temas?				
.....				
Qué otros beneficios ha recibido?				
.....				
Firma del encuestado				
Nombre del encuestador				
Fecha				